



**UCT**

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

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIO, RUBRO PARRILLAS EN LA ZONA CÉNTRICA  
DEL DISTRITO CHIMBOTE, 2018**

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

**AUTORA:**

**VÁSQUEZ ALARCÓN, NICOLE DANIELA**

**ORCID: 0000-0002-3081-5505**

**ASESOR:**

**REBAZA ALFARO, CARLOS ENALDO**

**ORCID: 0000-0002-5066-5794**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2020**

## **2. EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Vásquez Alarcón, Nicole Daniela

ORCID: 0000-0002-3081-5505

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

### **ASESOR**

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

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

### **JURADO**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID:0002-5471-4549

### **3. FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0002-5471-4549

Miembro

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

Asesor

## 4. AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme dado la sabiduría, la fuerza y la confianza para poder terminar este trabajo de investigación con satisfacción.

A mis hermanos por haberme brindado su apoyo en todo momento a lo largo de toda mi carrera, la confianza que depositaron en mí para poder culminar éxito este trabajo de investigación.

A todos los docentes que me ayudaron con este gran reto, les agradezco por toda la paciencia y toda la enseñanza transmitida en este tiempo.

## **DEDICATORIA**

A Dios que me ha permitido avanzar  
todos estos años ante los obstáculos  
que se me han atravesado en el  
camino, guiándome, protegiéndome  
y bendiciéndome en todo momento.

A mis padres que, a pesar que ya no  
estén conmigo me supieron inculcar  
buenos valores y guiarme por el buen  
camino hasta el último momento que  
estuvieron conmigo para poder ser  
una persona responsable y cumplir  
con todos los objetivos propuestos.

A mis hermanos que me apoyaron en  
todo momento cuando más los  
necesite y aconsejándome de seguir  
firme hasta cumplir mis metas

## 5. RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal y descriptivo, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 45.45% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad comprendida entre 31 a 50 años, el 54.55% tienen grado superior universitaria, el 45.46% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más de permanecía en el rubro, el 63.64% de los representantes conocen el término gestión de calidad, el 72.73% utiliza la observación para medir el rendimiento de su personal, el 81.82% conoce el término atención al cliente, el 72.73% consideran que brindan una buena atención, el 54.55% aseguran que una buena atención fideliza a sus clientes. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, teniendo conocimiento sobre el término gestión de calidad y atención al cliente, por lo que utilizan la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, brindando una buena atención para fidelizar a los clientes.

Palabras clave: Atención, calidad, cliente, gestión, microempresas

## **ABSTRACT**

This research had the general objective of determining the characteristics of quality management in customer service in micro and small companies in the service sector, grills in the downtown area of the Chimbote district, year 2018. The research was non-experimental in design - Cross-sectional and descriptive, a sample population of 11 micro and small companies was used to collect the information, using the survey technique and as a tool a questionnaire of 23 questions, obtaining the following results: 45.45% of the representatives of the Micro and small companies are between 31 and 50 years old, 54.55% have a higher university degree, 45.46% of micro and small companies are 7 years older than in the industry, 63.64% of representatives know the term quality management, 72.73% use observation to measure the performance of their staff, 81.82% know the term customer service, 72.73% consider that they provide good service, 54.55% assure that good service loyalty to their customers. The research concludes that the representatives of micro and small companies are between 31 to 50 years old, having knowledge about the term quality management and customer service, so they use the observation technique to measure the performance of their personnel, providing a good attention to build customer loyalty.

Key word: Attention, quality, client, management, microbusiness.

## 6. CONTENIDO

2. EQUIPO DE TRABAJO .....	i
3. FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	ii
4. AGRADECIMIENTO .....	iii
5. RESUMEN.....	v
6. CONTENIDO.....	vii
I.    INTRODUCCIÓN.....	1
II.   REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	9
III.  HIPÓTESIS .....	59
IV.  METODOLOGÍA.....	60
4.1.  Diseño de la investigación.....	60
4.2.  Población y muestra .....	60
4.3.  Definición y operacionalización de las variables .....	61
4.4.  Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	67
4.5.  Plan de análisis .....	67
4.6.  Matriz de consistencia .....	68
4.7.  Principios éticos.....	70
V.    RESULTADOS .....	71
VI.   CONCLUSIONES.....	96
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	97
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	99
ANEXOS .....	107



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.....	71
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018. ....	72
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.....	73

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad .....	120
Figura 2. Género.....	120
Figura 3. Grado de instrucción.....	121
Figura 4. Cargo que desempeña.....	121
Figura 5. Tiempo que se desempeña en el cargo .....	122
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro .....	122
Figura 7. Número de trabajadores .....	123
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son.....	123
Figura 9. Objetivo de creación de la empresa .....	124
Figura 10. Conocimiento del término de gestión de calidad.....	124
Figura 11. Técnicas modernas que conoce de la gestión de calidad .....	125
Figura 12. Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad .....	125
Figura 13. Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal .....	126
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio .....	126
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas .....	127
Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente .....	127
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes .....	128
Figura 18. La atención al cliente es fundamental .....	128
Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad.....	129
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda.....	129
Figura 21. La atención que brinda al cliente es.....	130
Figura 22. Razón por la que se da una mala atención.....	130
Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente.....	131

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las micro y pequeñas empresas en el Perú son de mucha importancia puesto que ayudan a generar empleo al 85% de la población peruana, de esta manera contribuye de manera positiva a reducir la pobreza, asimismo aportan el 40% del PBI nacional (El economista, 2018).

A pesar de que las micro y pequeñas empresas son el factor principal para reducir la pobreza, la mayoría de ellos tienen problemas de gestión de calidad en atención al cliente, careciendo de una buena organización entre jefes y trabajadores, careciendo de productos y el servicio que ofrecen para que satisfagan las necesidades del clientes, pues en muchos casos no es lo esperado por los consumidores, no cumplen con las expectativas esperadas, haciendo sentirse insatisfechos por lo adquirido, por otro lado, los trabajadores no se sienten motivados porque hay representantes que no los forman adecuadamente o no les dan la información necesaria para que estos puedan realizar una buena función y como consecuencia no hay una mejora de gestión de calidad en atención al cliente.

Pero este problema no solamente es a nivel nacional sino también a nivel internacional por mencionar:

En República Dominicana las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 98% del total de las empresas, originando el 54.4% de empleo a la población y aportando el 38.6% al PBI. Siendo estas organizaciones de suma importancia para que el país se siga desarrollando, hay problemas de informalidad, carecen de capacidad gerencial trayendo como consecuencias no plantear estrategias oportunas, no contratar personal altamente capacitado para realizar buenas funciones en la organización, corriendo el

riesgo de que estas micro, pequeñas y medianas empresas ya no sigan en el mercado (Santana, 2018).

En Nicaragua hay 180,000 MYPYME, siendo el 52% micro empresas, estas MYPYME aportan con 45% al PIB, generando al 84% de la población empleos en las respectivas empresas. En este país hay empresas las cuales son dirigidos por los dueños y es aquí donde se centra la problemática de las empresas, muchos dueños no tienen la suficiente orientación para poder estar al frente de una empresa porque no tienen la base de cómo administrarla, esto trae como consecuencia el no poder gestionar con calidad, tomando decisiones equívocas, no tener adecuadamente un protocolo y no brindarles la información correcta a los trabajadores para que realicen una buena función al momento de atender a los clientes, en otros casos hay otra problemática donde los dueños deciden abandonar el cargo y que la responsabilidad caiga sobre terceras personas para que administren la empresa teniéndose que adaptar al manejo y protocolo de esta, pero para que esto suceda se tiene que llevar un debido proceso, haciendo en muchos casos que la empresa pierda clientes por el hecho de adaptación (Baca, 2017).

En México, las pequeñas y medianas empresas son el motor de desarrollo económico del país, representan el 52% del PBI, estas PYME son de gran importancia en el país ya que son la fuente principal que generan empleo a las personas para que favorezca al avance de la economía nacional, sin embargo, acá hay una problemática que pone en riesgo la estabilidad y sobrevivencia de las empresas, la ausencia de un plan estratégico, el que impacta principalmente para que una empresa pueda seguir creciendo y se mantenga en el mercado, los errores que presentan las empresas son la carencia de personal capacitado, deudas, pésima atención a sus clientes, centrándose más en la falta

de personal capacitado y pésima atención que brindan, porque estos trabajadores son los que tienen contacto directo con los clientes y al presenciar estos problemas, generan el riesgo que los clientes en otra oportunidad opten por ir a otro lugar donde se sientan satisfechos con el trato que les den y con todo los productos adquiridos (Empresas, negocios, Pymes, 2016).

En Panamá las MIPYME representan un 96% y son responsables del 50% de producto bruto interno, generando empleo al 49% de la población. En este caso muchas empresas extranjeras fracasan en Panamá, debido a que en su país están acostumbrados a otras culturas, el mayor problema del cierre de estas empresas es que los representantes tienen otras ideas respecto al diseño de estrategia, por más que hayan estado bien preparados, no es suficiente, porque no están muy familiarizados con el conocimiento de este país, esto hace que fallen al tener una gestión de calidad exitosa, porque no saben en realidad los hábitos, las temporadas, entre otras cosas, como consecuencia tienen una mala planificación respecto a los objetivos que la empresa tiene que alcanzar. En muchas ocasiones estos representantes logran tener una estrategia adecuada que se adapta a las personas panameñas, pero no hay coherencia al momento de transmitirles el beneficio del servicio o producto con lo que el cliente obtiene, entonces podemos estar hablando de una mala calidad de atención al cliente, las personas al presenciar estos inconvenientes, creen que los trabajadores carecen de dar una buena atención y no deberían estar en ese puesto, como consecuencia hacen que la empresa tenga mala reputación, cuando se empiezan a tener estos problemas, ya no se generan las ganancias que realmente esperan, es por eso que hay empresas que fracasan y tienen que cerrar para que no tengas más pérdidas (Santa, 2016).

En Argentina las PYME son la fuente de empleo para la sociedad, el 15% de la población son dueños, sin embargo, entre un 50% y un 75% de organizaciones cierran antes que cumplan los tres años, esto ocurre por muchos factores, falta de calidad en los productos o servicios que se le ofrece al cliente, mejora en la gestión de los empleados, ya que ellos son los que se relacionan con los clientes, otro de los problemas es que no hay planificación, el no tener un plan estratégico, el no visualizar que es lo que se tiene que hacer con anterioridad para que no tengan problemas a la hora de ejecutar lo requerido. Ante esto el cliente es el primer afectado, con una mala organización de la empresa y tener escaso conocimiento de su líder, trae como consecuencia la mala atención al cliente (Paulise, 2015).

En España el 99.98% de las empresas son pequeñas y medianas empresas, generando el 74% de empleo en el país, aportando el 63% del PIB al país. En este país solo el 10% de las PYME no cierran en los 10 primeros años, el 90% restante fracasan y cierran antes cumplir los 10 años. El principal problema que tienen es que no realizan un plan estratégico a largo plazo, se centran solo en la actualidad, sin prever los problemas que se les pueda venir en el futuro, otro problema que presentan es que no invierten en innovación y desarrollan una mala gestión que no permite el pleno crecimiento de las micro y pequeñas empresas (Mata, 2016).

En Chile el 99% de las empresas son pequeñas y medianas, representan el 19% de la economía nacional, el 15,2% muere el primer año y el 90% no llega a sobrevivir los 10 años, estas empresas cierran debido a la ausencia de una cultura empresarial, falta de análisis estratégico, mala administración, incompetencia personal, mala previsión financiera, falta de planificación, el 97% de las pequeñas y medianas empresas con lo

mencionado resalta que tienen problemas en su gestión, la falta de un análisis estratégico es fundamental ya que a través de ellos se plantean estrategias para poder alcanzar los objetivos, es por eso que la mayoría de estas empresas fracasan, cuando no se administra bien una empresa, los trabajadores que son dirigidos por sus jefes, no hacen bien su trabajo, porque los representantes no tienen información clara sobre las empresas, haciendo que los trabajadores no den una atención de calidad, teniendo clientes insatisfechos, que no quieran regresar a la organización por la mala atención, como consecuencia las empresas al no tener clientes fijos, no generan ganancias planificadas (Luco, 2018).

En el Perú, las micro y pequeñas empresas son indispensables ya que a través de ellas se genera empleo y es la fuente principal del crecimiento económico, por ende, la pobreza en este país va disminuyendo con el tiempo. Pero para las empresas es importante tener una buena gestión de calidad y brindar una buena atención al consumidor, para que al terminar con el trabajo las dos partes salgan beneficiadas, sin embargo, hay muchas empresas que fracasan porque no tienen una visión de los objetivos que desean alcanzar, una planificación de cómo es que van a realizar lo que se tiene que hacer, es aquí donde empieza a notarse la falta de una gestión de calidad, desde que no se tiene un objetivo para que se está creando una empresa, se está careciendo de gestión de calidad, porque al no tener este requisito, no se podrá tener una buena organización, ni ejecución y a la hora de ver los resultados no serán para nada favorables, la falta de contratar a un buen personal hace que las empresas fracasen, ya que al contratar personas no preparadas corren el riesgo de que hagan perder clientes potenciales para la organización, pues esta persona no sabrá la información adecuada sobre lo que se le tiene que decir al cliente, otra de las razones

es que las personas encargadas de estas micro empresas no actúan con responsabilidad, es decir hacen las cosas por hacer, por un sueldo, mas no por dedicación, por último, se tiene la falta de enfoque, hay veces que estas personas encargadas de la empresa se desplazan de los objetivos de la empresa, por conseguir ser el mejor en nuevas tendencias que se acaban con el tiempo, por eso es tener en claro muy bien el por qué y para qué se crea una empresa, de esta manera se evitarán complicaciones en su administración más adelante (Emprendedor, 2018).

En el distrito de Chimbote donde se desarrolló el trabajo de investigación hay micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas que tienen problemas de gestión de calidad en atención al cliente, porque los trabajadores no están preparados y no tienen la información necesaria a la hora de brindar los productos, creando insatisfacción en los consumidores, debido a que no tienen la experiencia necesaria, por consecuencia, los trabajadores no tratan bien a los clientes, se sienten desmotivados, creando una mala imagen para la empresa, haciendo que corran el riesgo de perder clientes y ganancias.

Por lo anterior expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018?

Para dar respuesta a la pregunta se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018. Y para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:



Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

Definir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018

Identificar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

Además, la presente investigación se justificó porque ayudó a cada representante de las micro y pequeñas empresas a conocer que es gestión de calidad y atención al cliente para que tengan clientes satisfechos, puedan resolver los problemas que se les pueda presentar y de esta manera obtener mayor rentabilidad.

Asimismo, se justificó porque permitió a cada representante y dueño de la organización saber sobre estrategias que puede realizar su entidad y poder mejorar con respecto a lo que es la atención al cliente, ya que con este factor muchas organizaciones se sitúan como una de las mejores.

De igual modo se justificó porque nos permitió conocer si las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro parrillas aplican técnicas de gestión de calidad, como la atención al cliente para poder lograr que las organizaciones puedan desarrollarse favorablemente en el mercado.

Por otro lado, se justificó porque servirá como material a las micro y pequeñas empresas para que puedan resolver problemas de gestión.

Finalmente, se justificó porque servirá para futuras investigaciones sobre la aplicación de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.

La metodología que se utilizó en el proyecto de investigación titulada: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018 fue: Nivel de investigación descriptivo, diseño de investigación no experimental – transversal, asimismo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 23 preguntas.

Obteniéndose los siguientes resultados: El 45.45% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad comprendida entre 31 a 50 años, el 54.55% tienen grado superior universitaria, el 45.46% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más de permanencia en el rubro, el 63.64% de los representantes conocen el término gestión de calidad, el 72.73% utiliza la observación para medir el rendimiento de su personal, el 81.82% conoce el término atención al cliente, el 72.73% consideran que brindan una buena atención, el 54.55% aseguran que una buena atención fideliza a sus clientes. La investigación concluye que la mayoría las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, teniendo representantes entre 31 a 50 años, cuentan con grado superior universitaria, teniendo conocimiento sobre el término gestión de calidad y atención al cliente, por lo que utilizan la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, brindando una buena atención para fidelizar a los clientes.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. ANTECEDENTES**

#### **Antecedentes internacionales**

Arias, Coreas y Sánchez (2016) en su proyecto de investigación *Auditoría de calidad del servicio al cliente en cadena de restaurantes de comida rápida en el área metropolitana de San Salvador caso ilustrativo*, tuvo como objetivo general: Identificar los elementos mercadológicos que ayuden a realizar una auditoría de calidad de servicio al cliente que permita diseñar estrategias que se puedan implementar en una cadena de restaurantes en el área metropolitana de San Salvador con el fin de mejorar la calidad del servicio al cliente brindado, y planteo los siguientes objetivos específicos: conocer el público meta, al cual se realizará la auditoría de calidad del servicio al cliente por medio de una segmentación de los clientes y personal involucrado en brindar el servicio de los restaurantes en el área metropolitana de San Salvador. Determinar los objetos, sujetos y procesos que requieren ser auditados por medio del análisis de los elementos que componen el proceso del servicio brindado. Determinar el ciclo o ciclos del servicio por medio de una figura circular, que permitirá observar todo el conjunto de momentos críticos y no críticos de verdad que se asocian con el servicio al cliente brindado. Establecer y analizar los estándares de calidad con las que cuenta las cadenas de restaurantes, por medio de las normas técnicas que se utilizan como parámetros de evaluación, interpretar índices de satisfacción en clientes internos y externos, del servicio que se brinda, por medio de herramientas de medición de la auditoría de calidad del servicio al cliente. Sugerir a las cadenas de restaurantes por medio de los resultados de la auditoría de calidad de servicio

al cliente, los elementos, procesos y estrategias a través de un plan de fidelización, garantizando captar nuevos clientes y mantener los actuales para mantener el liderazgo en el mercado salvadoreño. La investigación fue de método científico debido a que es un método inductivo va de lo particular a lo general, partiendo de las observaciones exactas de fenómenos particulares, y llegando a conclusiones empíricas sacadas de la experiencias del estudio; el método inductivo establece como son los fenómenos, causa y los efectos reales de la investigación a realizar, obteniendo los siguientes resultados: resultados de las encuestas dirigidas a los clientes: el 54% pertenecen al género masculino, el 43% pertenece a un rango de 26 a 35 años, el 52% de las personas encuestadas realizaron su visita con niños, el 50% calificó el sabor y la temperatura de la comida como bueno, el 43% calificó la rapidez y eficiencia del servicio brindado por el personal de los restaurantes de comida rápida como bueno, el 44% calificó muy buenas las condiciones higiénicas de los restaurantes y área de baño, el 50% contestó que la iluminación de los restaurantes de comida rápida es muy buena, el 52% de los encuestados califican la decoración de los restaurantes de comida rápida muy buena, el 37% indicó que la amplitud y seguridad en el área de parqueo de los restaurantes de comida rápida es bueno, el 96% recibió su orden de la forma como lo solicitó, el 96% de las personas indican que la apariencia de la comida es apetecible en los restaurantes de comida rápida, el 71% revela que su orden fue tomada rápidamente, el 88% de los encuestados declararon haber distinguido una actitud amigable del personal de comida rápida de tomaba su orden, el 55% durante de la atención que recibió una propuesta conveniente el menú o le mencionaron alguna promoción del día, el 88% de las personas indican haber percibido la atención y postura correcta del mesero o cajero de los restaurantes de comida rápida que

le brindó el servicio al cliente, el 95% respondió que lo buscado del menú se encontraba disponible en el restaurante de comida rápida visitado, el 85% de las personas encuestadas opinó que la música y televisores estaban con señal y sonidos indicados, el 65% de las personas consideran que la amplitud de los restaurantes de comida rápida es la correcta, el 99% percibió al personal de los restaurantes de comida rápida, identificados con sus respectivos gafetes y uniformes en óptimas condiciones, limpios y con excelente presentación personal, el 74% de las personas consideran que los precios que ofrecen los restaurantes de comida rápida son los adecuados, el 70% probablemente recomendaría el restaurante de comida rápida que visitó, el 58% dijo que probablemente volvería a visitarlo. Respecto a la encuesta dirigida a colaboradores y representantes: el 66% de empleados calificaron las instalaciones donde trabajan como muy bueno, el 80% de los empleados calificaron las instalaciones donde trabajan como muy bueno, el 80% de los empleados evaluó las condiciones de higiene y limpieza de los restaurantes de comida rápida donde trabajan como muy buena, el 77% de los empleados encuestados calificó la iluminación de los restaurantes de comida rápida donde trabajan como muy buena, el 71% de los empleados encuestados perciben el clima artificial de los restaurantes de comida rápida en los cuales trabajan como muy buenas, el 100% de los empleados encuestados tienen conocimiento de la misión, visión y valores del restaurante, el 100% de los empleados encuestados saben sobre normas y estándares de calidad que se aplican, el 98% manifestó tener conocimiento sobre el comité de seguridad ocupacional y prevención de desastres, el 57% de los empleados encuestados califican como muy seguro las funciones y puesto de trabajo, el 100% de los empleados cuentan con acceso a la información oportuna para brindar un servicio de calidad al cliente, el 97% considera que en su trabajo

le proporcionan los recursos e insumos necesarios con los cuales podrá brindar un servicio de calidad al cliente, el 43% de empleados encuestados estiman que la relación que los colaboradores tienen con sus jefes inmediatos es muy buena, el 97% del total de empleados desempeñan las actividades laborales en equipo, el 98% revelaron que es posible realizar sugerencias que favorecen para brindar un servicio de calidad, el 74% indicaron sentirse satisfechos con el salario que reciben, el 62% manifestaron recibir incentivos motivacionales suficientes para desempeñar su trabajo eficientemente, el 21% reciben incentivos motivaciones como uniforme con el cual laboran, el 100% cuentan con oportunidades de superación personal, el 100% reciben la retroalimentación indicada para brindar un servicio de calidad al cliente, el 98% afirman que se efectúan acciones de control interno que determinan la satisfacción del cliente, el 51% indicaron agradecer, pedir disculpas, solucionar el problema y escuchar in interrumpir. Al terminar, la investigación concluye se concluye de la siguiente manera: la mayoría de clientes, así como empleados califican las instalaciones de los restaurantes de comida rápida en condiciones idóneas, con dimensiones merchadising e iluminación, clima artificial apropiado de acuerdo al tipo de servicio que se ofrece, solo muy pocos opinaron que el área lúdico recreativo para los niños no es lo suficientemente amplio en algunos restaurantes. Los empleados de los restaurantes de comida rápida son capacitados constantemente sobre la importancia que tiene el cliente y sobre qué medidas deben poner en práctica ante objeciones presentadas por el cliente; la mayoría de los empleados declaran desempeñar sus funciones laborales en equipo y tener una buena relación de respeto y confianza en sus jefes inmediatos y compañeros de trabajo, un porcentaje menor

indico no recibir los suficientes incentivos motivaciones y reflejaron insatisfacción con el salario que reciben por sus labores.

Reyes (2014) en su trabajo de investigación *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, sede Huehuetenango*, tuvo como objetivo general: Verificar si la calidad del servicio aumentan la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango y planteó los siguientes objetivos específicos: implementar una capacitación de calidad del servicio en asociación SHARE. Identificar qué características tienen un servicio de calidad según el coordinador de la asociación SHARE, Identificar la calidad percibida por los clientes internos y externos, antes y después de la implementación de la capacitación de calidad del servicio. Medir el nivel de satisfacción de los clientes, antes y después de la implementación de la capacitación de calidad del servicio y verificar qué métodos utilizan para medir la satisfacción del cliente. Verificar que métodos de retención de clientes utilizan en la asociación SHARE y si son los adecuados. Identificar de qué forma fortalecen la cultura de servicio en asociación SHARE. La investigación fue de diseño experimental y el instrumento que se utilizó para recopilar la información, en este caso se utilizaron encuestas y entrevista, obteniendo los siguientes resultados: la presentación de resultados de clientes: el 72% calificaron la calidad del servicio como buena, el 46.89 % indicaron que les atendieron con amabilidad desde el momento que ingresaron, el 47% está de acuerdo con el tiempo de espera, el 62% expresó que es muy importante la rapidez en el servicio, en la relación al parqueo el 77% respondieron que están insatisfechos, el 38.24% expresan una satisfacción del servicio recibido, porque se proporciona información concreta, precisa y eficiente. Resultados dirigida a los colaboradores: el 54.55% indican que la calidad del servicio es dar un buen

servicio al cliente, el 100% afirmaron que siempre trabajan a favor de las metas, el 100% indica que sí evalúan el desempeño de la calidad de servicio que ofrecen, el 61.11% manifiestan que sí evalúan el desempeño de la calidad del servicio por medio de las entrevistas a clientes internos mensualmente, el 81.82% indico que algunas veces hay apertura para consultas y retroalimentación, el 23.53% indicó que el medio que utilizan para comunicarse es en electrónico, el 63.64% afirman que siempre cumplen con las expectativas que los clientes buscan, el 81.82% considera que sí utilizan las formas adecuadas para motivar ya que velan por el bienestar de sus clientes y externos, el 40% indicó que se basan para darles incentivos en la calidad del servicio, el 90.91% indicó que sí recibió entrenamiento para tratar a los clientes, el 63.64% indicó que los aspectos que son necesarios es la capacitación sobre la calidad de servicio, el 72.73% indico que reciben cursos de capacitación cada 6 meses, el 38.89% manifestó que el tema de capacitación el colaborador lo sugiere, el 100% indico que el ambiente de trabajo es agradable, el 100% afirmo que cuenta con todo lo necesario para poder desarrollar sus actividades, el 81.82% indicó que ha atendido a clientes difíciles, el 45% indicó que analiza la situación antes de hablar, el 100% manifestó que la calidad percibida por los clientes es adecuada, el 45.45% menciona que hace sentir útil al trabajador mediante la mejora del desempeño, el 54.54% menciona que de cierta manera compromete a que el servicio brindado siempre sea el adecuado, el 72.73% manifiesta que sí lo han utilizado y que de cierta manera les recuerda como debe ser el servicio hacia los clientes, el 72.73% manifiesta que sí lo han utilizado y que de cierta manera les recuerda como debe ser el servicio hacia los clientes, el 63.64% menciona que SHARE debe actualizarse constantemente en relación al tema para asegurarse en la excelencia. Al terminar la investigación se concluyó lo siguiente: es



evidente que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: instalaciones 79%, limpieza general 75%. Capacitación personal 68%, información adecuada 60%, mientras que hay insatisfacción en parqueo con el 77%. Como resultado de la capacitación de calidad del servicio aplicada, la satisfacción del cliente fue calificada como muy satisfactoria específicamente en información con el 53%, parqueo con 68%, instalaciones con 78%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71% y capacitación del personal con 59%, ciertos aspectos disminuyeron ya que no fueron los mismos sujetos encuestados después del experimento, para verificar con mayor certeza la aplicación del mismo.

Escandón (2017) en su trabajo de investigación *Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante Macho Sports en plaza del Sol en la ciudad de Guayaquil*, tuvo como objetivo general: proponer un plan de acción estratégico enfocado a la optimización del perfil y la demanda de los servicios en el bar restaurante Macho Sports y planteó los siguientes objetivos específicos: elaborar un marco conceptual donde se presente información referente a la calidad de servicios y demanda turística, determinar mediante un diagnóstico las estrategias para lograr la afluencia turística en los restaurantes, establecer una propuesta para la mejora de los servicios del bar-restaurant con enfoque a la optimización del perfil teniendo como metodología mixta con enfoque cuantitativo y cualitativo y la muestra es una pequeña parte de una población determinada, obteniendo los siguientes resultado: la presentación de resultados de clientes: el 77% de personas acuden de manera esporádica, el 36% prefiere la ambientación del lugar, el 36% y 32% califican con el servicio del establecimiento como indiferente y malo, el 78% sostuvo que el servicio del establecimiento como indiferente y malo, el 78% sostuvo que

el servicio es malo por parte de los empleados, el 50% afirmaron que los empleados no tenían conocimientos para responder todas las dudas, el 53% afirma que esperó mucho tiempo su producto, el 63% afirmó que no atendieron rápidamente sus problemas, el 49% se sienten insatisfechos, el 58% afirmó que tal vez visite el establecimiento y el 57% tal vez recomiende el negocio de un amigo, llegando a las siguientes conclusiones: los resultados en la calidad de los servicios revelan que en la empresa los empleados ofrecen los servicios, pero no de manera correcta, no prestan atención a las necesidades del cliente y que no brindan una atención personalizada siendo varios de los encuestados clientes frecuentes, la gran mayoría indicó que no reciben trato amable y algunos respondieron que a veces. Se puede decir que este resultado no cumpliría los parámetros de satisfacción al cliente.

### **Antecedentes nacionales**

Zavaleta (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Santa, 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Santa, 2018 y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Santa, 2018. Definir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Santa, 2018. Identificar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Santa, 2018, La investigación

fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y la muestra fue de 11 micro y pequeñas empresas, asimismo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario por 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 81.82% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 72.73% son de género femenino, el 54.55% tienen grado superior no universitaria, el 54.55% de encuestados es administrador, el 45.46% tiene de 0 a 3 años desempeñando el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 54.55% de los representantes respondió que la empresa tiene de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 100% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 72.73% de las personas que trabajan en la empresa son familiares, 63.64% de empresas fue creada para generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 45.46% de los encuestados no conoce el término gestión de calidad, el 100% conoce la atención al cliente como técnica moderna, el 54.55% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es la poca iniciativa, el 81.82% manifestó que utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, el 100% considera que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% indicó que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, el 100% de encuestados sí conoce el término de atención al cliente, el 72.73% respondió que sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 100% considera que la atención al cliente sí es fundamental para que el cliente regrese, el 45.45% utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 90.90% indicó que el principal factor que utilizan para la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de productos y las instalaciones, el 72.73% afirmó que

la atención que brindan es buena, el 72.73% indicaron que sí brindan una buena atención al cliente, el 54.55% lograron como resultado la fidelización de los clientes. Al terminar la investigación se concluye lo siguiente: La mayoría de representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, quienes están en una edad comprendida entre 31 a 50 años por lo que tienen experiencia, con estudios superiores no universitarios en algunos casos en curso y otras carreras técnicas, vienen desempeñándose como administrador. La minoría de los representantes labora un máximo de 3 años debido a que encuentran mejores oportunidades laborales. La totalidad de micro y pequeñas empresas cuentan hasta con un máximo de 5 trabajadores. La mayoría son empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, fueron creadas con la finalidad de obtener ganancias y por ende generar empleo decidiendo trabajar con familiares. La totalidad de representantes conoce el término de atención al cliente lo cual lo utilizan como técnica moderna en la gestión de calidad lo que les permite alcanzar los objetivos, metas y a su vez permite que los clientes regresen a la microempresa, generando mejores resultados. La mayoría los representantes utiliza la observación para medir el rendimiento de su personal, identificando la poca iniciativa por parte de sus trabajadores para implementar una gestión de calidad, pero aplica un servicio de calidad, brindando una buena atención al cliente que les permite fidelizarlos. La minoría de los representantes no conocen el término gestión de calidad, pero utilizan la comunicación, rápida entrega del productos e instalaciones cómodas para brindar una buena atención que permita seguir creciendo y ser competente en el mercado.

Albildo (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro*

*pollerías, en la Avenida Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018,* tuvo como objetivo general: Determinar la característica de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018 y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora de las micro y pequeñas empresas sector servicio –rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y la muestra fue de 12 micro y pequeñas empresas, asimismo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario por 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 66.67% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 91.67% son de género masculino, el 75% tienen grado superior no universitaria, el 91.67% de encuestados son dueños de la empresa, el 58.33% tiene de 4 a 6 años desempeñando el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 58.33% de los representantes respondió que la empresa tiene entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 75% tiene de 6 a 10 trabajadores, el 58.33% de las personas que trabajan en la empresa son

familiares, el 83.33% de empresas fue creada para generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 58.33% de los encuestados tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, el 58.33% conoce la atención al cliente como técnica moderna, el 41.67% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es que no se adaptan a los cambios, el 75% manifestó que utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, el 58% considera que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 50% indicó que la gestión de calidad no ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, el 75% de encuestados sí conoce el término de atención al cliente, el 75% respondió que sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 91.67% considera que la atención al cliente sí es fundamental para que el cliente regrese, el 66.67% utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 75% indicó que el principal factor que utilizan para la calidad del servicio que brindan es la atención personalizada, el 75% afirmó que la atención que brindan es buena, el 75% indicaron que sí brindan una buena atención al cliente, el 41.67% lograron como resultado la fidelización de los clientes. Al terminar la investigación se concluye lo siguiente: La mayoría de los representantes tienen edad promedio entre los 31 - 50 años de edad, del mismo modo en su totalidad son de género masculino, cuentan con grado de instrucción nivel superior no universitario. Casi todos desempeñan el cargo de dueños, y más de la mitad llevan en el cargo entre los 4 a 6 años. La mayoría las Mypes llevan entre los 4 a 6 años de tiempo de permanencia en el rubro de pollerías, más de mitad cuentan con 10 trabajadores máximo, dicha personas en su mayoría son familiares y tienen como objetivo de generar ganancia. La mayoría de los representantes tienen cierto conocimiento de gestión de calidad, más de

la mitad utiliza la técnica moderna de atención al cliente, las dificultades que impiden la implementación de gestión de calidad es que no se adaptan al cambio, la mayoría utiliza la observación para medir el rendimiento del personal. Pero más de la mitad considera que la gestión de calidad No contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, ni tampoco alcanzar los objetivos y metas trazadas. La mayoría conoce el termino atención al cliente, casi en su totalidad considera que el cliente es fundamental para que regresen al establecimiento, así mismo utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente. La mayoría considera que el factor más importante para la buena atención es comunicación. Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y finalmente han logrado una fidelización del cliente

Villacorta (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018 y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Definir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018, La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y la muestra fue de 11 micro y pequeñas empresas,

asimismo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario por 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 55% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 64% son de género masculino, el 55% tienen grado superior universitaria, el 82% de encuestados son dueños de la empresa, el 45% tiene de 7 a más años desempeñando el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 55% de los representantes respondió que la empresa tiene de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 91% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 82% de las personas que trabajan en la empresa son personas no familiares, el 100% de empresas fueron creadas para generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 45% de los encuestados sí conoce el término gestión de calidad, el 100% conoce la atención al cliente como técnica moderna, el 82% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es adaptarse a los cambios, el 82% manifestó que utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, el 100% considera que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% indicó que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, el 64% de encuestados sí conoce el término de atención al cliente, el 100% respondió que sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 100% considera que la atención al cliente sí es fundamental para que el cliente regrese, el 64% utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 55% indicó que el principal factor que utilizan para la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de productos, el 82% afirmó que la atención que brindan es buena, el 73% indicaron se está dando una mala atención al cliente por una mala organización de los



trabajadores, el 36% lograron como resultado la fidelización de los es tener clientes satisfechos. Al terminar la investigación se concluye lo siguiente: los empresarios si conocen gestión de calidad y atención al cliente. La mayoría tienen 31 a 50 años de edad. La mayoría es de género masculino. La mayoría tiene grado de instrucción superior. La mayoría son dueños. La mayoría tienen más de 7 años en el cargo. La mayoría de las MYPE permanecen más de 7 años en el mercado. La mayoría tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría son personas no familiares, La totalidad de las MYPE son creadas para generar dinero. La mayoría conocen el término gestión de calidad. La totalidad conoce lo que es atención al cliente. La mayoría tienen dificultades de los trabajadores que no se adaptan a los cambios. La mayoría miden el rendimiento a raves de la observación. La totalidad considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio. La totalidad afirma que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa. La mayoría conocen el término atención al cliente. La totalidad aplica la gestión de calidad en la atención al cliente. La mayoría indica que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese. La mayoría utiliza la comunicación. La mayoría tiene rapidez en la entrega de productos. La mayoría si brinda una buena atención al cliente. La mayoría considera que se da una mala atención por la mala organización de los trabajadores. El 36% manifiesta que los resultados que se han obtenido al brindar una buena atención es clientes satisfechos.

## **Antecedentes locales**

Figuroa (2016) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes, Jr. Ladislao Espinar Cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, y planteó los siguientes objetivos específicos: describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y la muestra fue de 8 micro y pequeñas empresas, asimismo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario por 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 50% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 62.5% son de género masculino, el 62.5% tienen grado superior universitaria, el 87.5% de encuestados son dueños de la empresa, el 50% tiene de 7 a más años desempeñando el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 62.5% de los representantes respondió que la empresa tiene

de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 50% tiene de 6 a 10 trabajadores, el 75% de las personas que trabajan en la empresa no son familiares, el 63.64% de empresas fue creada para generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 62.5% de los encuestados sí conoce el término gestión de calidad, el 62.5% conoce la atención al cliente como técnica moderna, el 50% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es el aprendizaje lento, el 75% manifestó que utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, el 62.5% considera que la gestión de calidad a veces contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% de encuestados sí conoce el término de atención al cliente, el 75% respondió que sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 50% considera que la atención al cliente a veces es fundamental para que el cliente regrese, el 62.5% utiliza la confianza como herramienta para un servicio de calidad, el 50% indicó que el principal factor que utilizan para la calidad del servicio que brindan son las instalaciones, el 87.5% afirmó que la atención que brindan es buena, el 100% indicaron que sí brindan una buena atención al cliente, el 62.5% lograron como resultado clientes satisfechos. Al terminar la investigación se concluye lo siguiente: referente a las características de los representantes: la mayoría de los representantes están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo son de género masculino, cuentan estudios superiores universitarios, además son los dueños de sus negocios y llevan en su cargo más de 7 años. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas: la mayoría de las Micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, del mismo modo cuentan con más de 6 a 10 colaboradores, tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y tienen como objetivo de generar ganancias. Y respecto a las características de

la gestión de calidad en atención al cliente: La mayoría de los representantes conocen el término de gestión de calidad, aplican la técnica de atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, consideran que la dificultad de la implementación de la gestión en que el personal tiene aprendizaje lento, así mismo consideran que la gestión de calidad a veces mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el termino atención al cliente, consideran que la atención a veces es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, consideran que el factor más importante para la buena atención al cliente son las instalaciones, así mismo afirman que la atención que brinda es buena, y finalmente han logrado mejorar a satisfacción del cliente.

Yzaguirre (2018) en su trabajo de investigación que tiene por título: *gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Para poder lograr el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos: como primer objetivo específico: escribir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Como segundo específico: Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Y como tercer objetivo específico: Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y

pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Para el trabajo de investigación se utilizó el diseño No Experimental – transversal – descriptivo. El presente estudio se realizó con una población de 12 Micro y pequeñas empresas, La muestra se obtuvo mediante una población muestral por ser pequeña de 12 Micros y pequeñas empresas. Las dimensiones que se utilizaron para el trabajo de investigación fueron: edad, genero, nivel de instrucción, cargo, tiempo en el cargo, permanencia, número de trabajadores, objetivo de creación, técnicas modernas de gestión, calidad de atención. Para recolectar información en el presente estudio se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual consta de 23 preguntas, al aplicar la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados: referente a las características de los representantes de micro y pequeñas empresas: el 75% respondió que tiene de 31 a 50 años el 75% de los representantes respondió que son de género masculino, el 58.33% respondió que tienen grado de instrucción superior universitaria, el 66.67% de los representantes respondió que son dueños de la MYPE, el 66.67% respondió que tiene de 4 a 6 años en el cargo que desempeñan. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 50% respondió que la empresa tiene de 4 a 6 años de permanencia, el 75% de los representantes respondió que en la empresa hay de 1 a 5 trabajadores, el 100% de los representantes respondió que las personas que trabajan en su empresa no son personas familiares, el 75% de los representantes respondió que el objetivo de creación de la empresa es generar rentabilidad. Referente a las características de la gestión de calidad en la atención al cliente: el 58.33% de los representantes respondió que sí conoce el término de gestión de calidad, el 58.33% respondió que la técnica que conoce es la atención al cliente, el 50% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es el

desconocimiento del puesto, el 50% de los representantes respondió que la técnica que conoce para medir el rendimiento del personal es la observación, el 75% de los encuestados respondió que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 66.67% de los representantes respondió que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos, el 91.67% de los representantes respondió que sí conocen el término de atención al cliente, el 91.67% de los representantes respondió que sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda, el 91.67% de los representantes respondió que sí cree que la atención al cliente es fundamental, el 83.33% de los representantes respondió que la atención que brindan es buena, el 41.67% respondió que no se está dando una buena atención por una mala organización de los trabajadores, el 58.33% respondió que la técnica que aplican es el precio justo y razonable, el 91.67% de los representantes respondió que la empresa sí es eficiente cuando atiende los reclamos, el 83.33% de los representantes respondió que la atención al cliente si permite el posicionamiento del mercado. Al haber terminado con la investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones: respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas: la mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen entre 31 a 50 años, están siendo dirigidas por el género masculino, asimismo la mayoría son profesionales universitarios, dueños de sus propios negocios y tienen entre 4 a 6 años de experiencia. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas: la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, cuentan con 4 a 6 años de permanencia en el rubro, a la vez la mayoría absoluta de las MYPE tienen entre 1 a 5 trabajadores, su objetivo de creación es generar

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

Bueno (2016) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de Abril Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de Abril. Chimbote, 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: describir las principales características del gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de Abril. Chimbote, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en

la Urb. 21 de Abril. Chimbote, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de Abril. Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población estuvo conformada por 8 micro y pequeñas empresas, la muestra estuvo conformada por el 100% de la población, la técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento que se utilizó fue el cuestionario con una estructura de 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes: el 62.5% tiene entre 31 a 50 años de edad, el 100% son de ambos sexos, el 50% tiene grado de instrucción secundaria, el 75% es dueño de la MYPE, el 50% tiene entre 4 a 6 años desempeñándose en el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 62,5% tiene de permanencia en el rubro entre 4 a 6 años, el 62,5% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 87,5% de los representantes respondió que las personas que trabajan en la empresa son personas no familiares, el 62,5% respondió que el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 62,5% no conoce el término gestión de calidad, el 62,5% aplica la atención al cliente como técnica de la gestión de calidad, el 75% considera que la dificultad de los trabajadores para la mejora de gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, el 87,5% usa la técnica de la observación para medir el rendimiento del trabajador, el 62,5% sí considera que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento de la empresa, el 62,5% sí conoce el término atención al cliente, el 62,5% manifiesta que a veces aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 50% considera que la atención al cliente a veces es fundamental para que éste regrese a la organización, el 50% utiliza la confianza como herramienta para un servicio de calidad,



el 50% considera que la atención personalizada es el factor principal para el servicio que brinda, el 62.5% respondieron que la atención que brindan al cliente es buena, el 51% considera que se está dando una mala atención porque no tiene suficiente personal, el 37.5% logró como resultado la fidelización de los clientes. Al terminar el trabajo de investigación se concluye lo siguiente: respecto a las características de los representantes: la mayoría de los representantes son personas. con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo existe igualdad en el porcentaje de ambos géneros masculino y femenino, cuentan con un grado de instrucción de estudios secundarios completos, presentan el cargo dueños y finalmente llevan en el cargo de 4 a 6 años. Respecto al segundo objetivo: el tiempo de permanencia en el rubro de las Micro y pequeñas empresas es de 4 a 6 años, cuentan con un número de trabajadores 1 a 5, el tipo de personas no presentan rasgos familiares y finalmente el objetivo de la MYPE es generar ganancias. Y respecto al tercer objetivo: La mayoría de los representantes no conocen el término de gestión de calidad, pero aplican la técnica de atención al cliente, consideran que el personal tiene poca iniciativa lo cual dificulta la implementación de la gestión, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, así mismo consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el término atención al cliente, a veces aplican gestión de calidad en el servicio, consideran que a veces la atención es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, aseguran que el factor más importante para la buena atención es la atención personalizada, la mayoría considera que se está dando una mala atención al cliente por falta de personal y finalmente una minoría han logrado fidelizar a los clientes.

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

### **Micro y pequeñas empresas**

Es primordial resaltar que las micro y pequeñas empresas son entes que pueden pertenecer a personas naturales como a jurídicas, con la finalidad de desarrollar diferentes bienes o servicios, asimismo dar empleo a los ciudadanos que el país siga en crecimiento de economía y disminución de pobreza.

Ley 28015 (2003) define la micro y pequeña empresa como “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” (p. 01).

Esta ley nos indica que las micro y pequeñas empresas pueden estar fundadas por una persona natural o jurídica que se encargan de realizar diversas actividades con la finalidad de generar rentabilidad y puedan mantenerse activas en el mercado ofreciendo oportunidades laborales a la población para que sigan contribuyendo con el desarrollo de la economía.

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

En la actualidad, el Estado ha modificado las características de las micro, pequeñas y medianas empresas donde ahora se centra solo en los niveles de sus ventas anuales, mas no en el número de trabajadores.

Ley 30056 (2013), en su artículo N° 5 menciona lo siguiente sobre las características de la micro y pequeñas empresas:

- **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT.
- **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (p.09)

Anteriormente las micro, pequeñas y medianas empresas tenían la categoría del número de trabajadores que se podía tener en una organización, pero actualmente solo se categoriza por el volumen de sus ventas, es decir cuántas ventas anuales se tiene que realizar, ya sea en una micro, pequeña o mediana empresa, teniendo como beneficio el poder contratar a más personal si el representante de dicha organización lo permite y por otro lado seguir contribuyendo a la productividad y rentabilidad de la empresa.

### **Importancia de la MYPE**

En el Perú, el 96,5% de las organizaciones son micro y pequeñas empresas, estas son de gran importancia para el país, puesto que son la fuente principal de generación de empleo, brindándole trabajo al 47% de los ciudadanos y ayudando al crecimiento de la economía, aportan aproximadamente el 40% del PBI, por esta razón estas se destacan como el motor principal de la economía, produciendo la disminución de la pobreza (PQS, 2019).

En el país las micro y pequeñas empresas son muy importantes, pues representa el 96,5% de las empresas que hay en el Perú, generando empleo a más de 8 millones de ciudadanos. A pesar de que son fundamentales para el desarrollo en la economía del país, el problema radica en la informalidad, llegando al 80% de micro y pequeñas empresas informales (Perú Retail, 2017).

En el país las micro y pequeñas empresas son de gran importancia debido a que ayuda al desarrollo de la economía peruana, genera empleo a gran parte de la población haciendo así que la pobreza disminuya, sin embargo, en la actualidad hay micro y pequeñas empresas que son informales y ese es su gran problema, como consecuencia no les permiten acceder a créditos por un monto alto para que puedan invertir y generar mayores ganancias, es por esto que hay MYPE que no se abastecen y solo unas cuantas continúan en el mercado.

### **Beneficios de la formalización de una micro y pequeña empresa**

La formalización de una micro y pequeña empresa es una fase que todo empresario debe seguir, esto es muy importante ya que le traerá beneficios a corto y largo plazo, aunque algunas personas piensen que no es necesario, los beneficios de formalizar una MYPE son los siguientes:

- **Posicionamiento de mercado:** al formalizar una micro y pequeña empresa, cuando se atiende a un cliente, se hace con toda la confianza y seguridad, esto es debido a que la marca esta patentada, asimismo porque se otorga boleta de venta, y estos puntos,

aunque parezcan algo insignificantes, es percibido por los clientes haciendo que la organización tenga más credibilidad.

- **Acceso financiero:** cuando una MYPE esta formalizada tiene la ventaja de poder obtener préstamos y créditos de cualquier entidad financiera, esto es muy importante ya que el dinero es fundamental para que cualquier organización siga creciendo.

- **Expandirse al mercado internacional:** al tener una empresa formalizadas, estas tienen mayores oportunidades de acceder a nuevos mercados, no solo nacionales sino internacionales.

- **Acceso a crédito fiscal:** el crédito fiscal es un monto que va a favor del comerciante, una MYPE formalizada tiene el beneficio de poder comprar con factura y acceder al crédito fiscal.

- **Participación de licitaciones públicas:** por ser una entidad que esta formalizada, pueden vender al Estado, esto es de mucho beneficio para las organizaciones, ya que el Estado sería un cliente potencial para la empresa, por otro lado, se podrá tener proveedores de entes reconocidas.

- **Contribuir con el Perú:** cuando una empresa formalizada paga impuestos ayuda al desarrollo del país tanto social como económicamente, esto hace que el país disminuya la pobreza (Alvites, 2019).

Al tener una MYPE formalizada, el microempresario obtiene beneficios que le permite desarrollarse en lo laboral para que la entidad que tiene a cargo siga creciendo y

se pueda posicionar dentro del mercado como una micro y pequeña empresa reconocida, donde los clientes tengan la confianza de adquirir bienes y servicios.

### **Objetivo de creación**

Las micro y pequeñas empresas que son creadas tienen por objetivos generar mayor rentabilidad a través de sus ventas, estar formalizadas en el mercado para que puedan obtener créditos por montos elevados, de esta manera poder invertir y tener mejores ingresos, tener alta productividad en los bienes o servicios realizados y tener alta competitividad dentro del mercado para que se sitúen como una de las mejores en el país (Laverde, 2014).

### **Tipos de micro y pequeñas empresas**

Laverde, afirma lo siguiente sobre los tipos de micro y pequeñas empresas:

- **MYPE de acumulación:** las micro empresas de acumulación tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa
- **MYPE de subsistencia:** las micro y pequeñas empresas de subsistencia son las unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital.
- **Nuevos emprendimientos:** los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. (p. 11-13)

Existen tres tipos de micro y pequeñas empresas, sin embargo, la que ayuda con el desarrollo del país es la de acumulación, porque tiene la gran capacidad de producir ganancias para que puedan conservar el capital y lo ganado lo invierten para el beneficio de la microempresa, asimismo con este tipo de microempresa hay más generación de empleo remunerado. Por otro lado, está el de nuevos emprendimientos, este tipo de empresa puede ayudar con el desarrollo del país, pero no es tan segura ya que son microempresas nuevas y no se sabe realmente si se llegaran a quedar dentro del mercado, y por último está la de subsistencia, este tipo de microempresas no son esenciales debido a que no generan utilidades, no pueden invertir para que la microempresa se siga desarrollando favorablemente y tampoco hay mucha generación de empleo.

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

Con la nueva ley 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”, también ha cambiado la clasificación de las micro, pequeñas y medianas empresas de la siguiente manera: respecto a la microempresa se puede llegar hasta 150 UIT en ventas anuales sin límite de trabajadores, respecto a la pequeña empresa tiene que tener más de 150 UIT hasta 1,700 UIT en ventas anuales y con respecto a la mediana empresa tiene que tener más de 1,700 UIT hasta 2,300 UIT en ventas anuales (Escalante, 2016).

## **Constitución de una micro y pequeña empresa**

Una micro y pequeña empresa se puede constituir por una persona natural o por una persona jurídica

- **Personal natural:** para constituir una micro o pequeña empresa como persona natural se tiene que inscribir ante la SUNAT y sacar un RUC, al constituir el negocio como persona natural, la persona asume responsabilidades y avala con sus bienes personales el pago de las deudas que tenga la empresa. Lo más recomendable es elegir persona natural cuando se empezará a trabajar negocios pequeños, cuando los clientes que lleguen al negocio sean personas y no empresas, cuando se quiere hacer negocios en donde el dinero que se tenga que pagar sea manejable, no poniendo en riesgo el patrimonio personal.

- **Persona jurídica:** para constituir una micro o pequeña empresa como persona jurídica se tiene que registrar o constituir la empresa ante la SUNAT, cuando se inicia la actividad de un negocio como persona jurídica, se tiene responsabilidad limitada, es decir cuando la empresa tenga deudas, solo se podrá pagar con los bienes de la empresa, mas no con los bienes personales del dueño.

Es recomendable constituir la empresa como persona jurídica cuando se quiere que la reputación de la empresa sea más alta y cuando se quieran fidelizar a clientes importantes, cuando se quiera sacar prestamos en entidades, cuando algo salga mal en el negocio, la única perjudicada será solo la empresa cuando se quiera más inversionistas en el negocio (Comercio, negocio y emprendimiento, 2019).



## **Gestión**

La gestión es un conjunto de normas y estrategias planteadas por un grupo para que de esta manera puedan lograr los objetivos planificados.

El objetivo de la gestión es que conforme vaya pasando el tiempo aumente la productividad en la organización, para que puedan tener los resultados esperados.

Así mismo la gestión se puede definir como todas las actividades que una persona hace con el objetivo de lograr lo que se propone, a través de la gestión, los objetivos que se quieren alcanzar será mucho más fácil ya que habrá previa coordinación para realizar lo que se desea (Huergo, 2016).

## **Gestión de calidad**

La gestión de calidad es una herramienta que permite hacer un buen proceso administrativo para que las actividades realizadas ayuden a realizar el objetivo que se desea alcanzar satisfactoriamente contando con herramientas de calidad.

ISO 9001:2015 (2018) afirma que “la gestión de calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo” (parr. 1).

Raffino (2019) manifiesta lo siguiente sobre la gestión de calidad:

La gestión de calidad es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las distintas

actividades que lleva a cabo. Esto garantiza estabilidad y consistencia en el desempeño para cumplir con las expectativas de los clientes. (parr. 1)

Definitivamente la gestión de calidad son un conjunto de actividades que realizan los representantes que están a cargo de una empresa y herramientas que estos utilizan para un acabado de calidad satisfaciendo la necesidad de los clientes, sin duda alguna la gestión de calidad se ha convertido prácticamente en la necesidad de toda empresa para que puedan ser más competitivos en el mercado y se puedan situar entre los mejores en el país.

### **Sistema de gestión de calidad**

ISOTools (2019) afirma que la gestión de calidad es una herramienta perfecta para aquellas organizaciones que desean que sus productos y servicios cumplan con los máximos estándares de calidad y así lograr y mantener la satisfacción de sus clientes.

Conexiónsan (2018) sostiene que el sistema de gestión de calidad “se trata de un proceso formal utilizado para revisar operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de identificar áreas que puedan requerir mejoras de calidad” (párr. 2).

El sistema de gestión de calidad garantiza que los productos y servicios cumplan con los requisitos que los clientes esperan para que estos se sientan satisfechos y obtengan bienes y servicios de calidad, teniendo en cuenta día a día que la mejora que se le haga al producto o servicio puede ser muy beneficioso para la organización.

### **Implementación de la gestión de calidad**

Cuando una empresa logra posicionarse en el mercado, esta debe tener en cuenta el organizar los procesos del bien o servicio para que sea de calidad. En muchos casos los

negocios que están en la cima, es decir que tienen buena acogida por los bienes o servicios que brindan y satisfacen a sus clientes, con el tiempo van perdiendo su esencia, debido a que hay ausencia de liderazgo que se encarga de gestionar el crecimiento de la empresa, es por eso que cuando se quiera implementar un sistema de gestión de calidad, se tenga en cuenta que el líder sea visionario para que puede prever los posibles problemas que la organización pueda presentar garantizando el buen funcionamiento de la misma (Fxrader, 2017).

### **Dificultades de implementación de gestión de calidad**

La principal dificultad para que se implemente la gestión de calidad es la falta de compromiso de los altos directivos, los representantes de las organizaciones en muchas oportunidades no ponen de su parte, trayendo como consecuencia que la empresa no siga creciendo, hay veces que es por la falta de información, en otras oportunidades contratan a personal que no tiene experiencia, cambian fechas de compromisos que son importantes para la mejora del ente, es por eso que cuando un líder este a cargo de la organización es necesario asegurarse de que tenga todo lo que se requiere para que pueda diseñar y mantener una buena gestión de calidad (ISO 9001, 2014).

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

Los principios de gestión de calidad son esenciales en toda organización para que logre los resultados que se desea obtener, los principios de calidad son los siguientes:

- **Enfoque al cliente:** toda organización depende de los clientes, es por eso que cada una de ellas debe estudiar las necesidades que los clientes tienen actualmente y las

necesidades futuras que pueden contraer para que puedan complacer sus expectativas, asimismo deben tener en cuenta que los gustos de los clientes van cambiando con el tiempo, estas personas adquieren nuevos gustos y cada vez son más exigentes en cuanto a la calidad del producto o servicio requerido, por ello, la organización además de conocer sus necesidades, debe ofrecer productos que logren solucionar lo que el cliente desee.

- **Liderazgo:** Los líderes establecen los objetivos que cada organización debe alcanzar, por ello cada uno debe mantener un ambiente donde el personal se sienta involucrado con los objetivos de cada entidad. El liderazgo es algo que pocas personas pueden desarrollar, pues si la persona que es líder falla, no habría organización en la empresa.

- **Participación del personal:** El personal es la esencia de la organización, el esfuerzo que cada trabajador ponga en las actividades que se realizan, ayudará al logro de los objetivos de la empresa, sin embargo, hay dos acciones que motivan a estas personas a desarrollar con más eficiencia su trabajo, los incentivos y el reconocimiento que se les otorga a cada uno de ellos por haber realizado una buena función.

- **Enfoque basado en procesos:** Para que los líderes consigan un resultado eficientemente, las actividades y recursos relacionados se deben gestionar como un proceso.

- **Enfoque de sistema para la gestión:** al identificar y gestionar los procesos como un sistema, esto va a contribuir a la eficiencia y eficacia de un ente para el logro de sus objetivos.

- **Mejora continua:** en toda organización se debe tener en cuenta que la mejora continua debe ser un objetivo permanente, puesto que con este principio la organización logrará tener servicio y productos de calidad.

- **Enfoque basado en hechos para toma de decisión:** antes de tomar una decisión, se debe analizar la información y datos para que pueda haber resultado favorables.

- **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** los representantes de cada organización deben tener buena relación con los proveedores, mediante esta alianza estratégica salen beneficiadas ambas partes mejorar tanto la productividad como las ganancias (ISO 9001: 2015, 2015).

### **Elementos de gestión de calidad**

Los elementos de gestión de calidad deben ser trabajados con el esfuerzo de todos los trabajadores para que marque la diferencia con las demás organizaciones, si uno de los elementos no se trabaja, el sistema de gestión no podrá alcanzar el máximo potencial, es por eso que se trabaja en equipo para que se logre la mejora continua de la empresa.

Los elementos de la gestión de calidad son los siguientes:

- **El liderazgo:** para que una persona pueda ser líder de una organización tiene que tener claro el papel que está tomando. El ser líder es una responsabilidad que muy pocos pueden desarrollar, el liderazgo tiene que ver con el poder comunicarse con los subordinados sin ningún problema, haciendo que estos se sientan dueños del sistema de gestión para que puedan decir las ideas que tienen en mente sin miedo a equivocarse previamente habiendo comunicado el propósito de la organización.

- **Planificación:** No es suficiente el trabajar en equipo, sino tenemos que tener en cuenta un elemento muy importante que es la planificación, es necesario realizar una estructura donde se plasme todas las actividades que se deben de realizar con el fin de lograr el objetivo de la empresa, asimismo se debe se debe identificar los posibles problemas que se puedan presentar en el desarrollo de las actividades y crear soluciones para estos problemas.

- **Apoyo y operación:** En este elemento se hará alusión de cómo será el desarrollo de los bienes y servicios para los clientes. El apoyo y la operación es fundamental para la organización puesto que se hace lo que piensa que quiere el cliente y así poder satisfacer sus necesidades.

- **Evaluación de desempeño:** En este elemento se hará la evaluación de desempeño del personal, se evaluará todo el procedimiento que la persona realizó, diciendo primeramente lo que hizo muy bien, para luego retroalimentar en lo que se equivocó y pueda mejorar en ese aspecto, ya que los trabajadores tienen contacto directo con el cliente y puedan para la próxima tener mejor desempeño.

- **Mejora continua:** Al terminar con lo que se pactó desde un principio, habrá cosas positivas como negativas, se enfocarán en los aspectos negativos para que puedan realizar estrategias y puedan mejorar día a día lo que no fue tan bien (Monroy, 2019).

## **Ventajas y beneficios de contar con buenos sistemas de gestión de calidad**

Chamorro (2016) afirma lo siguiente sobre las ventajas y beneficios de contar con buenos sistemas de gestión de calidad:

- De manera genérica, un buen sistema de gestión de calidad nos ayuda a mejorar nuestra posición competitiva e imagen tanto interna como externamente.
- Mejora la organización de la compañía. Al ayudarnos a sistematizar operaciones suelen producirse innovaciones que nos ayudan a hacer más eficientes los procesos de la empresa.
- Permite controlar el desempeño de los procesos y de la organización en sí misma.
- Mejora la capacitación de los trabajadores de la empresa: Al tener más información de los procesos, éstos los conocen mejor y pueden abordar su ejecución de manera más ágil.
- Los sistemas de gestión de calidad tienen muy en cuenta los requisitos y expectativas del cliente, por lo que su implementación incide positivamente en su satisfacción y, por tanto, en su fidelización. (párr. 8)

Cuando hay una buena gestión de calidad, existen muchas ventajas y beneficios para la empresa, pues al realizar funciones de calidad se mejora la posición dentro del mercado, mejora la organización de la compañía, en este caso, hay una mejora delegación de funciones para los trabajadores y de esta forma poder obtener más beneficios, por otro lado, mejora la capacitación de los trabajadores ayudándolos a que estén mejor preparados para las actividades que van a ejecutar.

## **Servicio**

El servicio es la atención que un personal da a su cliente para que de esta manera pueda darse cuenta que es lo que el cliente necesite con el fin de cumplir las expectativas y para que tanto el cliente como el trabajador queden satisfechos por el servicio brindado.

## **Cliente**

El cliente es la persona que tiene la necesidad o deseo de adquirir algún bien o servicio, de esta forma es que asisten a diferentes organizaciones para poder buscar lo que deseen, así mismo, el cliente viene a ser la pieza fundamental de cualquier organización, ya que, si una organización no cuenta con clientes, esta puede fracasar.

## **Atención al cliente**

La atención al cliente es muy importante y toda organización debe trabajar en ello, para que de esta manera puedan tener un progreso cada día sobre el servicio que brindan, de esta manera se podrá satisfacer todas las expectativas y necesidades del consumidor.

Dirección general de empleo (2016) afirma lo siguiente sobre atención al cliente:

Servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (p. 1)



La atención al cliente es el servicio que brindan los trabajadores a los clientes, ofreciéndoles los productos o servicios que la empresa posee y que el cliente pida para que este salga satisfecho de la organización.

### **Importancia de un buen servicio al cliente**

Es de suma importancia brindar un buen servicio al cliente, porque puede marcar la diferencia con las demás organizaciones, al brindar una buena atención, el cliente se sentirá satisfecho por el trato y de esta manera poder hacer que el cliente se incline para la organización, dar un servicio de calidad es incluso más importante que el precio, ya que ningún cliente se inclinaría por un lugar donde no sean bien atendidos, preferirían pagar un poco más con tal que les brinden un buen servicio y de esta manera satisfacer las necesidades que anhelaban (Scarilli, 2015).

### **Claves de cómo dar una buena atención al cliente**

En toda organización se debe tener claves de cómo dar una buena atención para que el cliente se sienta satisfecho con el trato brindado por el personal.

Hay diez claves de atención al cliente, las cuales son las siguientes:

- **El cliente es lo primero:** en toda organización se debe tener en cuenta que el cliente es lo primero, ya que debido a los clientes es que la empresa va creciendo día a día.

- **Escuchar, escuchar y escuchar:** para que la atención brindada sea un éxito, se debe escuchar de manera activa, donde el trabajador deberá estar concentrado para brindar respuestas coherentes.

- **Transmitir una imagen:** al atender a un cliente es importante transmitir una buena imagen, ya que el trato que se dé, será de gran reputación para la organización, el trato que se le brinde al cliente debe ir acompañado de diferentes valores como confianza, profesionalidad, credibilidad amabilidad y simpatía.

- **Actuar:** el actuar de un trabajador no solo se basa en el hecho de escuchar de una forma activa sino de cómo es que se resolverá el problema que el cliente tiene de una manera ágil, simple y eficiente.

- **Hacer que el servicio de atención al cliente sea muy accesible:** en toda organización debe haber un trato amable con el cliente ya sea por teléfono, correo electrónico, de manera presencial o de cualquier otra forma para que el cliente se fidelice con la organización no solo por el producto sino por la atención.

- **Empoderar al departamento de atención al cliente:** tener un departamento que tenga la capacidad de brindar una buena atención es beneficioso para la organización a que les permite dar una buena imagen teniendo también conocimiento sobre los productos o servicios que van a ofrecer.

- **Trabajar en equipo:** el departamento de atención al cliente debe trabajar de manera organizada, ayudarse entre sí para que puedan cumplir con las necesidades que el cliente desee.

- **Contar con un buen sistema de control de calidad:** Tener un buen sistema de control de calidad es de suma importancia, pero siempre hay que retroalimentar algunos errores para la mejora continua.

- **Cumplir con todo lo que se promete:** es importante que todo lo que se prometa por medio de los trabajadores se cumpla, porque de lo contrario habrá clientes frustrados, molestos que harán que la empresa no tenga buena reputación.

- **Contar con un departamento de atención al cliente bien informado:** Un departamento de atención al cliente que este muy bien capacitado a la hora de brindar información a los clientes es beneficioso para la empresa, ya que los clientes externos juegan un rol muy importante en la empresa y esto es clave para mejorar o empeorar la reputación de la organización, pero no se puede olvidar que nuestros primeros clientes son los trabajadores, así que la satisfacción de ellos también cuenta (Chamorro, 2016).

Del castillo (2015) por otro lado, opina que hay 8 puntos clave de cómo atender a un cliente para fidelizarlo con la compañía:

- **Saluda a tu cliente y hazle sentir valioso:** para atender bien a un cliente lo primero que se debe hacer es darle la bienvenida, saludarlo de manera cordial, tratar al cliente como te gustaría que te traten cuando vas a una compañía, siempre se debe tener en cuenta que por los clientes es que la organización está en funcionamiento.

- **Averigua que desea y que necesita tu cliente:** un cliente no necesariamente compra algo que le vaya a ser útil sino adquiere algo que satisfaga su necesidad, por eso cada trabajador debe descubrir lo que el cliente ansía.

- **Escucha a tu cliente y cállate:** para todo cliente es importante que el trabajador escuche lo que desea adquirir, por eso cada subordinado debe tomar como una regla el

escuchar a un cliente para que de esa manera no haya dudas de lo que está pidiendo o consultando y pueda acceder rápido a su pedido o responder a las dudas del cliente.

- **Apela a los deseos, no a las necesidades:** hay clientes que adquieren el bien o servicio no por necesidad sino por el deseo, de esta forma cuando un trabajador haya terminado de escuchar al cliente, deberá usar esa información para explicarle todos los beneficios que el producto tiene, pero muy aparte de los beneficios que puede brindar el producto, hazle sentir que al comprarlo logrará lo que desea.

- **Conoce bien tu producto antes de venderlo:** en toda organización debe ser una regla vital conocer bien el producto que se le va a ofrecer al cliente, cada trabajador debe estar bien capacitado, debe saber cómo es que funciona, las características y todo lo que se tenga que saber del producto, ya que si no tiene claro toda esa información hará quedar mal a la empresa y por ende el cliente ya no regresará.

- **La honestidad y la transparencia son cruciales:** cuando un trabajador engaña en el proceso de venta a un cliente, éste lo descubrirá y no volverá más a comprar en ese lugar, muy aparte de no regresar, se encargará de hacer una mala publicidad de la empresa, es por eso que cuando se atiende a un cliente siempre hay que decirle las cosas claras.

- **Da siempre la razón a tu cliente:** Aunque el cliente esté equivocado, el trabajador le tendrá que dar la razón en cualquiera de los casos para que de esta forma siga con el proceso de compra y venta.

- **La amabilidad y la gratitud te llevarán muy lejos:** la amabilidad y la gratitud van tomados de la mano, cuando un trabajador tiene estas dos cualidades, crea relación a largo plazo con los clientes.

### **Cliente interno y cliente externo**

En toda organización existen dos tipos de clientes, el interno que son los que laboran dentro de esta y adquieren un bien o servicio y por otro lado están los consumidores externos, son los que no trabajan y no tienen ningún tipo de vínculo con la empresa, pero adquieren bienes o servicios. Sea un consumidor externo o interno tienen necesidades, las cuales la empresa está dispuesta a satisfacer, brindándoles el producto o servicio que estos requieren (Foromarketing, 2016).

### **Cómo identificar a los verdaderos clientes**

Saber realmente quien es un cliente ideal es de suma importancia para el éxito de la organización, pues los clientes ideales regresan porque les gusta el producto o servicio que brinda la empresa, encuentran en la organización lo que ellos necesitan, se sienten bien con la atención brindada por los trabajadores. Sin embargo, también hay clientes por ocasiones, es decir clientes que solo van una vez a adquirir un producto, pues no regresan porque quizá no les gustó el producto o servicio, no se sintieron cómodos con la atención brindada, es más si el producto o servicio tiene fallas, no reclaman, porque ya no van a regresar a la organización. Para poder identificar a los verdaderos clientes se tiene que revisar una lista y comparar características, de esta manera se conocerá que es lo que el

cliente adquiere la mayoría de veces facilitándole al trabajador identificar sus necesidades (Peralta, 2016).

### **Principios de servicio al cliente**

En el servicio al cliente hay 8 tipos de principios las cuales serán mencionadas a continuación:

- **El cliente siempre tiene la razón:** este principio recalca que el cliente por más equivocado que esté, siempre se le tiene que dar la razón, si tiene alguna incomodidad con el servicio o producto brindado, lo mejor es buscarle solución al problema para que no haya inconvenientes y se pueda ir satisfactoriamente.

- **Siempre da más de lo esperado, pero no prometas lo que no puedas cumplir:** cuando un trabajador se acerque a atender a un cliente siempre tiene que tratar de dar más de lo que piense que el cliente necesita, es decir darle una buena atención sabiendo cuales son las expectativas que tiene el consumidor, sin embargo, no se puede prometer en brindar algo que no está a su alcance, porque sería perjudicial para la organización, ya que el cliente se iría insatisfecho y probablemente ya no regrese.

- **Anticípate e identifica las necesidades:** A la hora que se brindar la atención a un cliente, el trabajador se debe anticipar identificando cuales son las necesidades del consumidor para que pueda servicio de calidad y ambas partes puedan salir beneficiadas.

- **Asegúrate de que el cliente entienda el servicio:** Para que se pueda brindar un servicio de calidad es de suma importancia que el cliente entienda como es el sistema que

trabaja el subordinado, de esta manera no habrá confusiones y ambas partes se sentirán cómodos con el servicio brindado y recibido.

- **Dale a tus empleados el valor que merecen:** Una organización en gran parte depende de los trabajadores, pues estas personas permanecen en el establecimiento gran parte de su vida diaria, entonces se le debe otorgar el valor que merecen para que puedan sentirse cómodos dentro del lugar de trabajo y de la misma forma transmitir la satisfacción que sienten de estar en la empresa dando un buen servicio de calidad a los clientes.

- **Siempre escucha, tanto a tus empleados como a tus clientes:** El ser un buen líder es escuchar tanto a los trabajadores como a los clientes, de esta forma podrá identificar algunos problemas o las necesidades de ambas partes para que pueda cumplir con las expectativas y seguir mejorando diariamente.

- **Usa el servicio al cliente como arma estratégica:** En toda organización se debe tener el área del servicio al cliente para que puedan atender las quejas o inquietudes de los clientes, esto se podría tomar como un arma estratégica, puesto que si no hubiera esta área los clientes se irían con la insatisfacción de no solucionar la inquietud o la queja que tenían.

- **Entiende que hay diferentes perfiles de cliente:** Todo trabajador debe tener en claro que cada cliente tiene características diferentes, es decir, no todos adquieren lo mismo, es por eso que cuando un cliente llegue al establecimiento debe ser tratado como si fuese único para que este se sienta importante en la organización y pueda regresar en cualquier otra ocasión (Rendon, 2018).

## Fases de la atención al cliente

Tarodo (2014) afirma que las fases de atención al cliente son:

- **Acogida:** la fase de acogida consiste en acoger al cliente en la empresa.
- **Seguimiento:** la fase de seguimiento consiste en la espera que tiene que realizar el cliente que sea atendido por la persona correspondiente.
- **Gestión:** la fase de gestión consiste en atender las necesidades del cliente. Es el encuentro que tiene lugar entre el cliente y la persona encargada de atenderle. Para atender las necesidades del cliente, la persona encargada de atenderle debe gestionarle y resolver las dudas que tenga el cliente y realizar una atención personalizada. Es muy importante escucharle con mucho cuidado para evitar que el cliente se sienta incómoda o no se responda a sus necesidades.
- **Despedida:** la fase de despedida consiste en terminar con la entrevista que tiene el cliente y la persona encargada de realizarle la entrevista. Para ello, antes de despedirse, la persona encargada de realizarle la entrevista deberá haber resuelto todas las dudas que tenga el cliente, de tal manera que éste salga satisfecho de la entrevista. (p.169-170)

Las fases del cliente son las siguientes: acogida, en esta fase los trabajadores deben dar una buena atención para que los clientes queden sorprendidos y de esta manera hacer que el consumidor se quede como un cliente fiel. Seguimiento, en esta fase el consumidor tiene que permanecer en espera hasta que el trabajador tome su pedido o sea atendido por



él. Gestión, esta fase más que nada es la atención que brindan los trabajadores a sus clientes para satisfacer sus necesidades y para que las necesidades del cliente queden satisfechas, el trabajador a cargo debe resolver todas sus dudas sobre el producto a comprar. Y por último la despedida, esta fase se basa en terminar con las inquietudes de los clientes y al final del servicio dado, el cliente tendrá que evaluar al trabajador como se desempeñó. Todas estas fases las organizaciones deben tener en cuenta, puesto que son de gran importancia para que el cliente quede satisfecho con la atención brindada por cada trabajador.

### **Elementos de la atención al cliente**

Tarodo afirma que los elementos de la atención al cliente son las siguientes:

- **Entorno:** es aquel que está formado por todos los elementos físicos y elementos accesorio para su puesta en funcionamiento. La opinión que tienen los clientes es muy importante si queremos que tenga una buena sensación de nuestra empresa y eso solo es posible si nuestro entorno es aceptable.
- **Organización:** es aquella que está formada por todos los elementos inmateriales o intangibles que utilizamos para despachar y satisfacer a los clientes.
- **Empleados:** son aquellas personas que forman parte de la empresa y que son muy necesarias para relacionarse con los clientes. La imagen de la

empresa dependerá de la imagen que los clientes tengan de los empleados de la empresa. (p.168)

Hay tres elementos de atención al cliente los cuales son: entorno, organización y empleados. El entorno se podría definir como el ambiente que uno desarrolla para la atención al cliente esta debe ser el más armonioso y amigable para la percepción del cliente. La organización está formada por los componentes abstractos que se utiliza para concluir con la atención al cliente, habiendo brindado la mejor atención posible. Y por último los empleados que son parte esencial para una organización ya que estos tienen trato usual con los clientes.

### **Reglas para la satisfacción del cliente**

Para que un cliente quede satisfecho con la atención brindada del personal hay reglas las cuales no se pueden pasar por alto, primeramente, el trabajador siempre debe mostrar aprecio auténtico, no hay nada mejor que hacer un comentario sincero hacia el cliente para que este se siente cómodo, segundo es estimular a los clientes reconociendo o haciéndoles ver que tienen virtudes, tercero es ser amigable y amistoso mediante el diálogo que se tenga con el cliente, cuarto es actuar con cortesía, a todo cliente le gusta que lo traten bien, de una forma amable para que se sienta como si estuviera en casa, quinto es sonreír para que el cliente sienta que está conversando con una persona de confianza, para toda persona es agradable conversar o ser atendido por una trabajador que muestra estar contento con el cliente que está, sexto es siempre ser entusiasta y positivo, ya que un trabajador entusiasta refleja la emoción que tiene por trabajar en esa organización y de atender a los clientes, por último es reconocer los errores, no hay nada

mejor que un trabajador reconozca que se equivocó para que de esta forma pueda mejorar y seguir creciendo como persona (Estrada, 2014).

### **La norma ISO 9001 y la satisfacción del cliente**

Para la ISO 9001, el cliente juega un papel muy importante en toda organización, ya que, si no hay clientes, una organización dejaría de funcionar, uno de los primordiales objetivos de la ISO 9001 es aumentar la satisfacción de los clientes.

La norma ISO 9001 establece la necesidad de hacer seguimiento a los clientes con el objetivo de saber la impresión que el cliente puede obtener a través de los bienes o servicios que les brinda alguna organización, para esto se deben tener métodos de cómo obtener dicha información, las cuales existen muchos como las entrevistas, encuestas de opinión, análisis de felicitaciones, análisis de quejas y reclamaciones, entre otros (ISO 9001, 2014).

### **Importancia de la satisfacción del cliente**

La satisfacción de un cliente mediante una compra cada vez se vuelve más importante para una organización. Hacer que un cliente quede satisfecho con la atención y con el producto brindado es fundamental, ya que de esta forma el cliente empieza a tener preferencia por los productos o servicios que la organización les ofrece. Es más que claro que cuando un cliente queda satisfecho después de la compra realizada es de beneficio para la organización, pues estas personas al quedar satisfechas se encargan de hacer publicidad gratuita con los demás usuarios y por ende hacer que la empresa cuente con más clientes y se convierta en una organización líder (Sonia, 2016).

## **2.3. Marco conceptual**

### **Gestión de calidad**

Son acciones que ejecuta el representante de cada organización con el uso de técnica o herramientas para que de esta forma sea más fácil tomar decisiones de beneficio para la empresa y esta crezca dentro del mercado, asimismo administrando bien las funciones que cada trabajador debe realizar, evitando el más mínimo error, para que de esta manera los clientes queden satisfechos y puedan cumplir los objetivos planteados por la organización.

### **Atención al cliente**

La atención al cliente es una herramienta de suma importancia de la gestión de calidad donde los trabajadores de cada empresa estudian a sus clientes para poder ofrecerles un producto o servicio que este en buenas condiciones y el que más les convenga, de esta manera cada cliente se sienta en confianza y seguro que el producto adquirido está en perfectas condiciones y salga satisfecho de la organización.

### **Micro y pequeñas empresas**

La micro y pequeña empresa es una organización en la que cada representante realiza una estructura de manera adecuada de los recursos que pretende utilizar para que puedan brindar un servicio o producto de calidad, con el propósito de generar ganancias para el dueño y se pueda mantener activa en el mercado brindando así mayor empleo a la población.

### **III. HIPÓTESIS**

La presente investigación que tiene por título Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica de Chimbote, 2018, no se formula hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó un diseño no experimental- transversal- descriptivo.

**No experimental:** porque no se manipuló deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018, se presentó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

**Transversal:** porque el estudio de investigación gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018 se desarrolló en un espacio y tiempo determinado.

**Descriptivo:** porque se describió las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

### **4.2. Población y muestra**

Se utilizó una población de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo.

Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

### 4.3. Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son las personas encargadas de la administración poniendo en práctica los conocimientos adquiridos para el funcionamiento de la organización.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas con diferentes edades, de diferente género, tienen diferente grado de instrucción, cumplen el cargo de dueño o administrador y llevan años desempeñando el cargo.	Edad	- 18 – 30 años - 31 – 50 años - 51 a más años	Ordinal
			Género	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	- Sin instrucción - Educación básica - Superior no universitaria - Superior universitaria	Nominal
			Cargo que desempeña	- Dueño - Administrador	Nominal
			Tiempo que se desempeña en el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Ordinal

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas son entidades generadoras de ingresos económicos mediante alguna actividad comercial o de servicio formada por personas emprendedoras, asimismo cuenta con un número de colaboradores que permiten su funcionamiento.	Las micro y pequeñas empresas son organizaciones que tienen un cierto tiempo de permanencia en el rubro, cuentan con un número determinado de trabajadores, siendo personas familiares o personas no familiares y el objetivo de su creación es generar ganancias o por subsistencia.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Ordinal
			Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Ordinal
			Las personas que trabajan en su empresa son	- Familiares - Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de creación de la empresa	- Generar ganancias - Subsistencia	Nominal



<b>Variable</b>	<b>Definición de la variable</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de calidad en atención al cliente	La atención al cliente es la función del estudio e interacción que se da entre los trabajadores y los clientes, para esto se necesita a una persona eficiente que pueda ofrecer un servicio de calidad y tenga el suficiente conocimiento referente al producto o servicio que se va a ofrecer, así puedan satisfacer las necesidades de los consumidores. De esta	Gestión de calidad es un término conocido por algunos representantes de micro y pequeñas empresas, contiene una serie de técnicas modernas; así mismo, los trabajadores presentan ciertas dificultades que impiden su implementación. Abarca técnicas para medir el rendimiento del personal, contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y de esa manera, la	Conocimiento delConoce el término gestión de calidad	- Sí - No	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad	- Benchmarking - Empowerment - Las 5s - Outsourcing - Otros	Nominal
			Dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad	- Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros	Nominal

<p>forma puedan mejorar en la gestión de calidad de cualquier organización siendo la agrupación de normas que permite organizar, realizar y controlar las actividades que se requieran para la elaboración de un bien o servicio.</p>	<p>empresa pueda alcanzar sus objetivos y metas trazadas. Una de las técnicas modernas que contiene es atención al cliente, conocida por algunos emprendedores y es fundamental para que el consumidor regrese al establecimiento; además, abarca una serie de herramientas y contiene factores para ser considerado un servicio de calidad. Los resultados que obtenga una empresa también se determinan de acuerdo a si se brinda una buena o mala atención.</p>	<p>Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La observación</li> <li>- La evaluación</li> <li>- Escala de puntuaciones</li> <li>- Evaluación de 360°</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
		<p>La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sí</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		<p>La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sí</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal

			<p>Conocimiento del término atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sí</li> <li>- No</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> </ul>	Nominal
			<p>Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sí</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
			<p>La atención al cliente es fundamental</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sí</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
			<p>Herramientas para un servicio de calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Confianza</li> <li>- Retroalimentación</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal

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

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica de estudio que se utilizó para la investigación fue la encuesta, porque es una técnica que nos permitió obtener información directamente de las micro y pequeñas empresas en estudio. El instrumento que se utilizó para el recojo de la información fue el cuestionario que constó de 23 preguntas, se distribuyó en tres partes:

- 5 preguntas referidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas.
- 4 preguntas referidas a las características de las micro y pequeñas empresas.
- 6 preguntas referidas a la gestión de calidad.
- 8 preguntas referidas a la variable atención al cliente.

#### **4.5. Plan de análisis**

Se utilizaron los siguientes programas informáticos:

- Microsoft Excel para realizar la tabulación de la información obtenida con el cuestionario como instrumento; también para las tablas y figuras.
- Microsoft Word para realizar la redacción del trabajo de investigación.
- PDF para la presentación final del proyecto de investigación.
- Microsoft Power Point para elaborar la presentación en diapositivas y ser utilizadas en la exposición del trabajo de investigación.
- Programa Turnitin: Para medir el porcentaje de similitud de la investigación con otros estudios.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y nuestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>Gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.</li> </ul>	<p>Gestión de calidad en atención al cliente</p>	<p>Se utilizó una población de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.</p> <p>Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro</p>	<p>El diseño de la investigación fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente la variable, fue transversal porque se realizó en un tiempo y espacio determinado, fue descriptivo porque describió las principales características de los</p>	<p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>Cuestionario</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.</li> <li>- Identificar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.</li> </ul>		<p>parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.</p>	<p>representantes, micro y pequeñas empresas y de la gestión de calidad en atención al cliente.</p>	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	--

#### **4.7. Principios éticos**

Protección a las personas: La personas en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. Se protegió a las personas partícipes, respetando su privacidad, no revelando su identidad, datos personales y evitar tomarle fotografías.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan o en la que participan. Aplicar el cuestionario y hacer las preguntas correspondientes siempre y cuando los participantes hayan estado de acuerdo, dando su consentimiento verbalmente.

Beneficencia y no maleficencia: Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. No se les interrumpirá en horas de su labor a las personas que participen en el trabajo de investigación, de tal forma, se evitará causarles algún tipo de daño.

Justicia: El investigador está obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación. Se aplicó las mismas preguntas a todos los participantes de la investigación.

Integridad científica: La integridad o rectitud deben regir no solo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional [ULADECH (Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, 2019)].



## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.**

<b>Datos generales</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad</b>		
18 - 30 años	4	36.36%
31 - 50 años	5	45.45%
51 a más años	2	18.19%
Total	11	100.00%
<b>Género</b>		
Masculino	6	54.55%
Femenino	5	45.45%
Total	11	100.00%
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0%
Educación básica	0	0%
Superior no universitaria	5	45.45%
Superior universitaria	6	54.55%
Total	11	100.00%
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	3	27.27%
Administrador	8	72.73%
Total	11	100.00%
<b>Tiempo que se desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	2	18.18%
4 a 6 años	6	54.55%
7 a más años	3	27.27%
Total	11	100.00%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.**

<b>Tiempo de permanencia en el rubro</b>		
0 a 3 años	2	18.18%
4 a 6 años	4	36.36%
7 a más años	5	45.46%
Total	11	100.00%
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	5	45.45%
6 a 10 trabajadores	6	54.55%
11 a más trabajadores	0	0%
Total	11	100.00%
<b>Las personas que trabajan en su empresa son</b>		
Familiares	2	18.18%
Personas no familiares	9	81.82%
Total	11	100.00%
<b>Objetivo de creación de la empresa</b>		
Generar ganancia	6	54.55%
Subsistencia	5	45.45%
Total	11	100.00%

Fuente: Encuesta aplicada a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro

parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

**Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.**

<b>Conocimiento del término gestión de calidad</b>		
Sí	7	63.64%
No	0	0%
Tengo cierto conocimiento	4	36.36%
Total	11	100.00%
<b>Técnicas modernas que conoce de la gestión de calidad</b>		
Benchmarking	9	81.82%
Empowerment	2	18.18%
Las 5 s	0	0%
Outsourcing	0	0%
Otros	0	0%
Total		100.00%
<b>Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	2	18.18%
Aprendizaje lento	3	27.27%
No se adapta a los cambios	6	54.55%
Desconocimiento del puesto	0	0%
Otros	0	0%
Total	11	100.00%
<b>Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	8	72.73%
La evaluación	3	27.27%
Escala de puntuaciones	0	0%
Evaluación de 360°	0	0%
Otros	0	0%
Total		100.00%
<b>La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio</b>		
Sí	11	100.00%
No	0	0%
Total	11	100.00%

*Continua...*

<b>La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas</b>		
Sí	6	54.55. %
No	0	0%
A veces	5	45.45%
Total	11	100.00%
<b>Conocimiento del término atención al cliente</b>		
Sí	9	81.82%
No	0	0%
Tengo cierto conocimiento	2	18.18%
Total	11	100.00%
<b>Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes</b>		
Sí	6	54.55%
No	0	0%
A veces	5	45.45%
Total	11	100.00%
<b>La atención al cliente es fundamental</b>		
Sí	9	81.82%
No	2	18.18%
Total	11	100.00%
<b>Herramientas para un servicio de calidad</b>		
Comunicación	7	63.64%
Confianza	2	18.18%
Retroalimentación	2	18.18%
Ninguno	0	0%
Total	11	100.00%
<b>Principales factores para la calidad al servicio que brinda</b>		
Atención personalizada	3	27.27%
Rapidez en la entrega de productos	8	72.73%
Las instalaciones	0	0%
Ninguna	0	0%
Total	11	100.00%
<b>La atención que brinda al clientes es:</b>		
Buena	8	72.73%
Regular	3	27.27%
Mala	0	0%
Total	11	100.00%

*Continua...*

### **Razón por la que se da una mala atención**

---

No tiene suficiente personal	0	0%
Por mala organización de trabajadores	3	27.27%
Si brindan una buena atención al cliente	8	72.73%
Total	11	100.00%

---

### **Resultados de una buena atención al cliente**

---

Clientes satisfechos	2	18.18%
Fidelización de los clientes	6	54.55%
Posicionamiento de la empresa	0	0%
Incremento en las ventas	3	27.27%
Total	11	100.00%

---

Fuente: Encuesta aplicada a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

## 5.2. Análisis de los resultados

**Tabla 1.** *Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.*

**Edad:** El 45.45% de los representantes de las parrillerías tienen una edad comprendida entre 31 a 50 años. Este resultado coincide con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018) quien en su trabajo de investigación afirma que el 81.82% de los encuestado tienen una edad entre 31 a 50 años, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien manifiesta que el 66.67% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años, también coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien indica que el 55% se encuentran en el rango de 31 a 50 años, de la misma forma coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien hace mención que el 50% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, además coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien indica que el 75% tienen una edad entre 31 a 50, igualmente coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien afirma que el 62.5% tienen entre 31 a 50 años. Mediante estos resultados podemos apreciar que las micro y pequeñas empresas del sector servicio están siendo dirigidas por personas adultas que con el tiempo han adquirido conocimiento para poder administrar tengan resultados satisfactorios.

**Género:** El 54.55% de los representantes es de género masculino. Este resultado coincide con los resultados obtenidos por Albido (2018), quien indica que el 91.67% de los representantes son de género masculino, también coincide con los resultados

obtenidos por Villacorta (2018), quien menciona que el 64% son de género masculino, del mismo modo coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien afirma que el 62.5% son de género masculino, igualmente coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien alega que el 75% es de género masculino, de la misma manera coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien manifiesta que el 50% son de género masculino, pero contrasta con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien indica que el 72.73% es de género femenino. Con los resultados se demuestra que las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro parrillas, están siendo administradas por los varones con las estrategias que puedan plantear para que las microempresas puedan lograr las metas trazadas.

**Grado de instrucción:** El 54,55% de los representantes tienen grado de instrucción superior universitaria. Esto coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien afirma que el 55% de los encuestados tienen grado superior universitario, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien manifiesta que el 62.5% tienen grado superior universitaria, también coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien sostiene que el 58.33% tienen grado superior universitaria, pero contrasta con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien indica que el 54.55% tienen grado superior no universitaria, de igual modo contrasta con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien manifiesta que el 75% tienen grado superior no universitaria, finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien afirma que el 50% tienen grado de instrucción secundaria. Estos resultados indican que las micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas que tienen grado superior universitarios y al haber

tenido conocimientos superiores, están más preparadas para que puedan aplicar mejores técnicas y estrategias teniendo como satisfacción que la empresa sea exitosa.

**Cargo que desempeña:** El 72.73% de los representantes respondieron que son administradores de la empresa donde trabajan. Estos resultados coinciden con los obtenidos por Zavaleta (2018), quien afirma que el 54.55% de los representantes ocupan el cargo de administrador, pero contrasta con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien indica que el 91.67% son dueños de las micro y pequeñas empresas, asimismo contrasta con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien manifiesta que el 82% son dueños de las micro y pequeñas empresas, también contrasta con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien demuestra que el 87.5% de los representantes son dueños de las micro y pequeñas empresas, del mismo modo contrasta con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien manifiesta que el 66.67% son dueños de las micro y pequeñas empresas y finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien da a conocer que el 75% son dueños de las micro y pequeñas empresas. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son administradores, teniendo el conocimiento y capacidades suficientes para poder hacer crecer la empresa y que sean competitivas dentro del mercado.

**Tiempo que desempeña en el cargo:** El 54.55% de los representantes encuestados tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo. Estos resultados coinciden con los de Albildo (2018) quien indica que el 58.33% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, también coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien demuestra que el 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, de igual



modo coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien alega que el 50% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, pero contrasta con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien afirma que el 45.45% de los representantes tienen entre 0 a 3 años, asimismo contrasta con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien da a conocer que el 45% tiene de 7 años a más desempeñando el cargo, del mismo modo contrasta con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien manifiesta que el 50% tienen de 7 años a más desempeñando el cargo. Esto da a conocer que la mayoría de los representantes que administran estas empresas tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, lo que indica que están familiarizadas con la organización y tienen el conocimiento sobre las estrategias a aplicar.

***Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.***

**Tiempo de permanencia en el rubro:** El 45.46% de las micro y pequeñas empresas del sector servicio tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro. Esto coincide con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien manifiesta que el 54.55% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien afirma que el 55% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, también coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien da a conocer que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, pero contrasta con los resultados obtenidos por Albildo (2018), manifiesta que el 58.33% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, asimismo contrasta con los resultados obtenidos por

Yzaguirre (2018), quien afirma que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro y finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien indica que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Esto indica que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio se mantienen en el rubro por más de 7 años debido al esfuerzo que pone cada trabajador para que puedan afrontar los problemas que se le presentan a la empresa y puedan llenar las expectativas de los clientes para que puedan regresar al establecimiento.

**Número de trabajadores:** El 54.55% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores. Este resultado coincide con los de Albildo (2018), quien manifiesta que el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien afirma que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores, pero contrasta con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien indica que el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, asimismo contrasta con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien alega que el 91% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, del mismo modo contrasta con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien manifiesta que el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien indica que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores. Mediante los resultados obtenidos se puede apreciar que las micro y pequeñas empresas tienen entre 6 a 10 trabajadores por lo que son establecimientos pequeños, lo cual les permite trabajar en

comunicación y comprometidos para que siga creciendo y obteniendo mayor rentabilidad día a día.

**Las personas que trabajan en su empresa son:** El 81.82 % de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas no son familiares. Estos resultados coinciden con los de Villacorta (2018), quien indica que el 82% de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas no son familiares, también coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien afirma que el 75% de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas no son familiares, de igual manera coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien alega que el 100 de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas no son familiares, de igual manera coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien indica que el 87.5% de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas no son familiares, pero contrasta con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien afirma que el 72.73% de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas son familiares, de igual modo contrasta con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien manifiesta que el 58.33% de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas son familiares. Estos resultados indican que en las micro y pequeñas empresas trabajan terceras personas que tienen los conocimientos necesarios para que puedan desenvolverse de manera favorable poniendo toda de su parte.

**Objetivo de creación de la empresa:** El 54.55% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias. Estos resultados coinciden con los de Zavaleta (2018), quien afirma que el 63.64% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, asimismo coincide con los

resultados obtenidos por Albildo (2018), quien indica que el 83.33% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, de igual modo coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien manifiesta que el 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, también coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien alega que el 87.5% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, del mismo modo coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien da a conocer que el 75% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, finalmente coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien indica que el 62.5% de la micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias. Estos resultados indican que la mayoría de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo fr generar ganancias para que de esta manera puedan recuperar lo que se invirtió desde un inicio y con las ganancias que se obtengan sigan invirtiendo teniendo así la oportunidad de seguir creciendo en el mercado.

**Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención del al cliente en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.**

**Conocimiento del término gestión de calidad:** El 63.64% de los representantes sí conocen el término gestión de calidad. Este resultado coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien afirma que el 45% de los representantes sí tienen conocimiento del término gestión de calidad, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien indica que el 62.5% de los

representantes sí tienen conocimiento sobre el término gestión de calidad, también coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien manifiesta que el 58.33% de los representantes sí tienen conocimiento del término gestión de calidad, pero contrasta con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien da a conocer que el 45.45% de los representantes no tienen conocimiento sobre el término gestión de calidad, de igual manera contrasta con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien manifiesta que el 58.33% de los representantes no tienen conocimiento sobre el término gestión de calidad, finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2018), quien afirma que el 62.5% de los representantes no tienen conocimiento sobre el término gestión de calidad. Sin embargo, coincide con lo afirmado por ISO 9001:2015 (2018), quien menciona que la gestión de calidad es primordial y de conocimiento por cualquier trabajador de una empresa, pues son las actividades y herramientas que cada encargado utiliza para cumplir los objetivos de la empresa evitando errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios, por otro lado, coincide con lo dicho por Raffino (2019), quien menciona que la gestión de calidad es importante saber para todos los trabajadores debido a que permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las distintas actividades que se llevaran a cabo. Esto indica que la mayoría de los representantes de estas micro y pequeñas empresas si tienen conocimiento sobre el término gestión de calidad debido a que quienes están al mando han terminado sus estudios superiores permitiendo guiar y llevar la empresa al éxito de una manera adecuada, aplicando estrategias con la experiencia que han obtenido en estos años.

**Conocimiento de las técnicas modernas de gestión de calidad:** El 81.82% utilizan

el benchmarking como técnica moderna de gestión de calidad. Este resultado contrasta con los de Zavaleta (2018) quien afirma que el 100% de los representantes utilizan la atención al cliente como técnica moderna de la gestión de calidad, asimismo contrasta con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien indica que el 58.33% de los representantes utilizan la atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, también contrasta con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien alega que el 100% de los representantes utiliza la atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, del mismo modo contrasta con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien manifiesta que el 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, de la misma manera contrasta con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien indica que el 58.33% de los representantes utiliza la atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien indica que el 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad. Estos resultados indican que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio utilizan como técnica moderna de gestión de calidad el benchmarking, tomando como referencia los productos de empresas líderes para poder compararlos y de esta forma hagan algunas modificaciones teniendo muy buen resultado como la satisfacción de los clientes.

**Dificultades del personal para implementar una gestión de calidad:** El 54.55% de los representantes indican que no adaptarse a los cambios es la dificultad que tienen los trabajadores para implementar una buena gestión de calidad. Este resultado

coincide con los de Albildo (2018), quien indica que el 41.67% aseguran que las dificultades para implementar una buena gestión de calidad es no adaptarse a los cambios, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien afirma que el 82% aseguran que las dificultades para implementar una buena gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, también coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien manifiesta que el 75% aseguran que la dificultad para implementar una buena gestión de calidad es que los trabajadores no se adaptan a los cambios, pero contrasta con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien hace mención que el 54.55% aseguran que la dificultad para implementar una buena gestión de calidad es la poca iniciativa de los trabajadores, también contrasta con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien menciona que el 50% asegura que la dificultad para implementar una buena gestión de calidad es el aprendizaje lento por parte de los trabajadores, igualmente contrasta con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien indica que el 50% asegura que la dificultad para implementar una buena gestión de calidad es desconocimiento des puesto por parte de los trabajadores. Sin embargo, coincide con lo mencionado por ISO 9001, 2014, quien sostiene que la principal dificultad para que la gestión de calidad se siga implementando es la falta de compromiso de los trabajadores, presentando resultados que no son los esperados por la empresa y alargando el cumplimiento de los objetivos propuestos. Mediante este resultado se puede deducir que en muchas micro y pequeñas empresas los trabajadores no se adaptan rápido a los cambios que los representantes hacen, es por eso que no se puede implementar una buena gestión de calidad, como consecuencia trae el tener un negocio estancado por parte de realizar

cambios constantemente para que la organización mejore.

**Técnicas para medir el rendimiento del personal:** El 72.73% los representantes aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal. Este resultado coincide con los de Zavaleta (2018), quien indica que el 81.82% de los representantes aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien afirma que el 75% de los representantes aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, de igual manera coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien menciona que el 82% de los representantes aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, también coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien da a conocer que el 75% de los representantes aplica la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, igualmente coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien afirma que el 50% de los representantes utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, finalmente coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien da a conocer que el 87.5% de los representantes utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal. Dado los resultados, se puede apreciar que los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, ya que permite tener contacto directo con los trabajadores donde se pueda visualizar detalladamente como es que se desenvuelven en sus puestos y cuáles son los errores que tienen para que posteriormente puedan guiarlos a seguir mejorando.



**La gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio:** El 100% de los representantes indican que la gestión de calidad sí mejora el rendimiento del negocio. Estos resultados coinciden con los de Zavaleta (2018), quien indica que el 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad sí ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien manifiesta que el 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad sí ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, también coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien afirma que el 75% de los representantes aseguran que la gestión de calidad si ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, igualmente coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien indica que el 62.5% de los representantes aseguran que la gestión de calidad sí ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, pero contrasta con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien menciona que el 58.33% de los representantes aseguran que la gestión de calidad no ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, de igual modo contrasta con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien afirma que el 62.5% de los representantes aseguran que a veces la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio. Sin embargo, coincide con lo dicho por Chamorro (2016), quien afirma que el tener un buen sistema de calidad trae como beneficio ir mejorando el rendimiento de cada empresa para que se vuelva competitiva dentro del mercado. Estos resultados confirman que la totalidad de los representantes sí creen que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, puesto que obtienen mejores resultados y un mejor rendimiento en la organización haciendo que los clientes estén satisfechos con lo brindado por la organización.

**La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas:** El 54.55% de los representantes indican que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa. Estos resultados coinciden con los de Zavaleta (2018), quien indica que el 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad sí ayudan a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien manifiesta que el 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, también coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien afirma que el 66.67% de los representantes aseguran que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, pero contrasta con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien alega que el 50% de los representantes aseguran que la gestión de calidad no ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización. Sin, embargo, coincide con lo dicho por Chamorro (2016), quien afirma que el tener un buen sistema de calidad trae como beneficio ir mejorando el rendimiento de cada empresa para que se vuelva competitiva dentro del mercado, de esta manera cumplir los objetivos y metas trazadas en el tiempo determinado que se le hizo a cada trabajador. Esto indica que la gestión de calidad sí ayuda a lograr los objetivos y metas a trazadas con la disciplina y cumpliendo paso a paso lo que se les indica.

**Conocimiento del término atención al cliente:** El 81.82% de los representantes sí conocen el término atención al cliente. Estos resultados coinciden con los de Zavaleta

(2018), quien manifiesta que el 100% de los representantes sí conocen el término de atención al cliente, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien indica que el 75% de los representantes sí tienen conocimiento sobre el término atención al cliente, también coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien afirma que el 64% de los representantes sí tienen conocimiento sobre el término atención al cliente, igualmente coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien asegura que el 100% de los representantes sí tienen conocimiento sobre el término atención al cliente, de igual modo coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2016), quien alega que el 91.67% de los representantes sí conocen el término atención al cliente, finalmente coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien indica que el 62.5% de los representantes sí tienen conocimiento sobre el término atención al cliente. Sin embargo, coincide con lo dicho por Dirección general de empleo (2016), quien afirma que el saber que es atención al cliente es muy importante, debido a que cada empresa depende de los clientes para que pueda seguir desarrollándose favorablemente.

Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, sí conocen el término atención al cliente debido a que toda empresa depende de los clientes para poder seguir compitiendo en el mercado y es fundamental para que puedan fidelizarlos con la organización.

**Aplica la gestión de calidad en el servicio que le brinda a los clientes:** El 54.55% de los representantes sí aplican la gestión de calidad en el servicio que le brindan a sus clientes. Estos resultados coinciden con los de Zavaleta (2018), quien manifiesta que el 72.73% de los representantes sí aplican la gestión de calidad en el servicio que

le brinda a sus clientes, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Albido (2018, quien indica que el 75% de los representantes sí aplican la gestión de calidad en el servicio que le brinda a sus clientes, también coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien afirma que el 100% de los representantes sí aplican la gestión de calidad en el servicio que le brindan a sus clientes, igualmente coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien alega que el 75% de los representantes sí aplica la gestión de calidad en el servicio que le brinda a sus clientes, de igual modo coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien confirma que el 91.67% de los representantes sí aplican la gestión de calidad en el servicio que le brinda a sus clientes, pero contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien afirma que el 62.5% de los representantes a veces aplican la gestión de calidad en el servicio que le brindan a sus clientes. Esto indica que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio sí aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes haciéndolos sentir únicos, importantes, cumpliendo con sus expectativas para que puedan irse con una buena referencia del lugar.

**La atención al cliente es fundamental:** el 81.82% de los representantes respondieron que la atención al cliente sí es fundamental para que éste regrese al establecimiento. Estos resultados coinciden con los de Zavaleta (2018), quien indica que el 100% de los representantes sí consideran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, también coincide con los resultados obtenidos por Albido (2018), quien afirma que el 91.67% de los representantes consideran que la atención al cliente sí es fundamental para que éste regrese al establecimiento, asimismo

coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien indica que el 100% de los representantes consideran que la atención al cliente si es fundamental para que este regrese al establecimiento, igualmente coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien manifiesta que el 91.67% de los representantes consideran que la atención al cliente sí es fundamental para que este regrese al establecimiento, pero contrasta con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien afirma que el 50% de los representantes considera que la atención al cliente a veces es fundamental para que este regrese al establecimiento, finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien indica que el 50% de los representantes consideran que la atención al cliente a veces es fundamental para que éste regrese al establecimiento. Sin embargo, coincide con lo dicho por Sacarilli (2015), quien afirma que la atención al cliente es de suma importancia para que este regrese al establecimiento, debido a que con esta herramienta se puede marcar la diferencia y de esta manera hacer que el cliente se incline para la organización. La atención al cliente en la actualidad es fundamental a la hora de captar a los clientes, por lo que, al brindar una buena atención, permite que los clientes se sientan cómodos haciendo de una u otra manera fidelizarlo con la empresa.

**Herramientas para un servicio de calidad:** El 63.64% de los representantes utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad. Estos resultados coinciden con los resultados de Zavaleta (2018), quien indica que el 45.46% de los representantes utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien afirma que el 66.67% de los representantes utilizan la comunicación como herramienta para un

servicio de calidad, también coinciden con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien manifiesta que el 64% de los representantes utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, pero contrasta con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien afirma que el 62.5% de los representantes utilizan la confianza como herramienta para un servicio de calidad, asimismo contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien indica que el 50% de los representantes manifiesta que utiliza la confianza como herramienta para un servicio de calidad. Esto demuestra que la atención al cliente es la herramienta que la mayoría de representantes utiliza, debido a que con una buena comunicación disminuye favorablemente los malos entendidos, permitiendo que haya un buen ambiente laboral para poder captar la información correctamente y poder cumplir los objetivos trazados.

**Principales factores para la calidad al servicio que brinda:** El 72.73% de los representantes utiliza la rapidez en la entrega de sus productos como factor para la calidad al servicio que brindan. Estos resultados coinciden con los de Zavaleta (2018), quien menciona que el 45.45% de los representantes utiliza la rapidez en la entrega de sus productos como factor para la calidad al servicio que brindan, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien manifiesta que el 55% de los representantes utilizan la rapidez en la entrega de los productos como factor para la calidad al servicio que brindan, pero contrasta con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien afirma que el 75% de los representantes utiliza la atención personalizada como factor para la calidad al servicio que brindan, de igual modo contrasta con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien alega que el 62.5%

de los representantes utilizan la confianza como factor para la calidad al servicio que brindan, finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien menciona que utiliza la atención personalizada como factor para la calidad al servicio que brindan. Sin embargo, coincide con lo que dice Tarodo (2014), quien da a entender que la rapidez de entrega de productos es el principal factor para el servicio que brindan, pues la fase de seguimiento consiste en que el trabajador estudie al cliente para que este pueda atender rápido el pedido. Estos resultados indican que en la mayoría de las micro y pequeñas empresas se utiliza como factor para la calidad al servicio la entrega rápida de los productos, de esta manera los clientes observan como es el trato y la rapidez con que los atienden para que este se sienta en un ambiente cómodo.

**La atención que brinda al cliente es:** El 72.73% de los representantes indican que la atención que brindan a los clientes es buena. Estos resultados coinciden con los de Zavaleta (2018), quien afirma que el 72.73% de los representantes brindan una buena atención a los clientes, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien afirma que el 75% de los representantes sí brindan una buena atención al cliente, también coincide con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien manifiesta que el 82% de los representantes sí brinda una buena atención a los clientes, de igual modo coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien alega que el 87.5% de los representantes sí brinda una buena atención al cliente, igualmente coincide con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien afirma que el 83.33% de los representantes sí brinda una buena atención al cliente, finalmente coincide con los resultados obtenidos por bueno (2016), quien manifiesta que el 62.5%

de los representantes sí brindan una buena atención al cliente. Con estos resultados se puede apreciar que todos los establecimientos encuestados brindan una buena atención al cliente que les permite llenar las expectativas y satisfacer a los clientes, de esta manera pudiendo fidelizarlos con la empresa para que esta obtenga mayores ganancias.

**Razón por la que se da una mala atención:** El 72.73% de los representantes sí brindan una buena atención al cliente. Estos resultados coinciden con los de Zavaleta (2018), quien indica que el 72.73% de los representantes sí brindan una buena atención al cliente, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien afirma que el 75% de los representantes sí brindan una buena atención al cliente, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien manifiesta que el 100% de los representantes sí brindan una buena atención al cliente, pero contrasta con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien alega que el 73% de los representantes no brindan una buena atención por una mala organización de los trabajadores, de igual modo contrasta con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018), quien afirma que el 41.67% de los representantes no brindan una buena atención por una mala organización de los trabajadores, finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien manifiesta que el 51% de los representantes no brindan una buena atención porque no tiene suficiente personal. Este resultado demuestra que sí brindan una buena atención para que los clientes se fidelicen con la empresa, ya que eso va a permitir tener clientes fijos y haciendo que nuevos clientes se sientan familiarizados para que la organización se vuelva potencial.

**Resultados de una buena atención al cliente:** El 54.55% de los representantes



respondieron que han logrado la fidelización de los clientes. Esto coincide con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien manifiesta que el 41.67% de los representantes ha logrado la fidelización de los clientes, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien indica que el 54.55% de los representantes han logrado fidelizar a los clientes, de igual manera coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien afirma que el 37.5% de los representantes han logrado a fidelización de los clientes, pero contrasta con los resultados obtenidos por Villacorta (2018), quien indica que el 36% de los representantes han logrado tener clientes satisfechos, asimismo contrasta con los resultados obtenidos por Figueroa (2016), quien alega que el 62.5% de los representantes han logrado tener clientes satisfechos, de igual modo contrasta con los resultados de Yzaguirre (2018) quien indica que el 83.33% de los representantes han logrado posicionarse en el mercado. Mediante los resultados obtenidos se puede afirmar que la buena atención que se le brinda al cliente produce la fidelización de clientes, lo que permite tener en la empresa clientes fijos y obtener mayores ingresos.

## **VI. CONCLUSIONES**

La mayoría simple (45.45%) de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad. La mayoría relativa (54.55%) son de género masculino. La mayoría relativa (54.55%) tienen grado de instrucción superior universitaria. La mayoría relativa (72.73%) desempeñan el cargo de administrador. La mayoría relativa (55.55%) tiene de 0 a 6 años desempeñando el cargo.

La mayoría simple (45.46%) de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro. La mayoría relativa (54.55%) de las micro y pequeñas empresas tiene de 6 a 10 trabajadores. La mayoría relativa (81.82%) de personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas son personas no familiares. La mayoría relativa (54.55%) de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias.

La mayoría relativa (63.64%) de los encuestados sí conoce el término gestión de calidad. La mayoría relativa (81.82%) de los encuestados conoce el benchmarking como técnicas modernas de la gestión de calidad. La mayoría relativa (54.55%) de los representantes tiene como dificultad no adaptarse a los cambios para una implementación de gestión de calidad. La mayoría relativa (72.73%) conoce la técnica de la observación para medir el desempeño del personal. La totalidad (100%) de los encuestados sí cree que la gestión de calidad de mejora el rendimiento del negocio. La mayoría relativa (54.55%) de los representantes sí cree que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas

trazadas por la empresa. La mayoría relativa (81.82%) de los representantes sí conocen el término atención al cliente. La mayoría relativa (54.55%) de los representantes sí aplica gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. La mayoría relativa (81.82%) de los representantes sí creen que la atención al cliente es fundamental para que este regrese. La mayoría relativa de los representantes (63.64%) utilizan la herramienta de la comunicación para un servicio de calidad. La mayoría relativa (72.73%) de los representantes utiliza como factor la rapidez en la entrega de los productos. La mayoría relativa (72.73%) de los representantes sí brindan una buena atención al cliente. La mayoría relativa considera (72.73%) que no se da una mala atención al cliente. La mayoría relativa (54.55%) de los representantes ha logrado tener la fidelización de los clientes.

Como aporte para los microempresarios recomendarles que cada trabajador tenga las medidas de seguridad en cuanto a la entrega de cada pedido y a la limpieza tanto personal como la del local, de esta manera se estarán evitando que cierren los locales por la falta de incumplimiento de normas.

Como valor agregado al consumidor sería que, a la hora de consumir dos platos por familia, les den quizás un cupo para que ingresen a un sorteo que se realizara cada fin de mes para ver cuál es el ganador.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **RECOMENDACIONES**

Contratar a personas con experiencia y que no tengan dificultades a la hora de realizar cambios en la organización, debido a que esto puede ser un problema a la hora de desarrollar una adecuada labor, como la de atender a un cliente y fidelizar a los clientes.

Hacer uso de más herramientas como la atención al cliente, puesto que los clientes son lo más importante en una organización y depende de estas personas que las empresas generen más rentabilidad.

Capacitar a los trabajadores que tienen trato directo con los clientes, darles las debidas recomendaciones para que puedan desempeñarse bien en su función y logren fidelizar al cliente con la atención y el producto brindado por la empresa

Desarrollar estrategias de fidelización y establecer una base de datos que permita generar un acercamiento con los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albildo, C. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio. rubro pollerías, en la Avenida Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION\\_CLIENTE\\_ALBILDO\\_DOMINGUEZ\\_CRISTHIAN\\_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION_CLIENTE_ALBILDO_DOMINGUEZ_CRISTHIAN_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Alvites, R. (2019). *6 beneficios de formalizar una empresa.*  
[https://www.bsale.com.pe/article/6-beneficios-de-formalizar-una-empresa?fbclid=IwAR0hqJ3Vsi7HW1nnhKjdmnlRtxLZGi1e\\_k9Ah7cYlyB5Itz4L\\_CQmyCFIs4](https://www.bsale.com.pe/article/6-beneficios-de-formalizar-una-empresa?fbclid=IwAR0hqJ3Vsi7HW1nnhKjdmnlRtxLZGi1e_k9Ah7cYlyB5Itz4L_CQmyCFIs4)
- Arias, Coreas y Sánchez. (2016). *Auditoría de calidad del servicio, al cliente en cadena de restaurantes de comida rápida en el área metropolitana de San Salvador caso ilustrativo. (tesis de pregrado).* Universidad de El Salvador, San Salvador
- Baca, L. (2017). *Por qué mueren las empresas.*  
<https://www.laprensa.com.ni/2017/10/06/economia/2309042-por-que-mueren-las-empresas>
- Bueno, M. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril, Chimbote, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú. <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/>

123456789/8228/GESTION\_DE\_CALIDAD\_EN\_LA\_ATENCION\_AL\_CLIENTE\_BUENO\_MARTINEZ\_MICELI\_PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chamorro, S. (2016). *La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad*. <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>

Chamorro, S. (2016). *Las 10 claves para mejorar la atención al cliente de tu empresa*. <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>

Comercio, Negocio y Emprendimiento. (2019). *Persona natural versus persona jurídica*. <https://www.gob.pe/252-persona-natural-versus-persona-juridica>

Conexión san. (2018). *Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa*.

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa/>

Del Castillo, J. (2015). *Cómo atender a un cliente para fidelizarlo*.

<https://gananci.org/como-atender-a-un-cliente/>

Dirección general de empleo. (2016). *Atención al cliente: funciones-responsabilidades-condiciones de trabajo*

[http://www.mtess.gov.py/application/files/6614/7620/6427/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE.pdf](http://www.mtess.gov.py/application/files/6614/7620/6427/ATENCION_AL_CLIENTE.pdf)

El Economista. (2018). *Mypes representan el 24% del PBI del Perú.*

<https://www.eleconomistaamerica.pe/economia-eAm-peru/noticias/9173828/05/18/Mypes-contribuyen-con-el-24-del-PBI-del-Peru.html>

Emprendedor. (2018). *5 grandes razones por las que fracasan los emprendimientos.*

<https://emprendedor.pe/primera-empresa/5-grandes-razones-por-las-que-fracasan-los-emprendimientos/>

Empresas, negocios, Pymes. (2016). *Problemáticas actuales de las PYMES en México.*

<https://www.soyconta.com/problematicas-actuales-de-las-pymes-en-México/>

Escalante, E. (2016). *Promulgan Ley 30056 que modifique la actual Ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas.*

<https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequeñas-empresas/>

Escandón, L. (2017). *Propuesta de mejora de los servicios en el bar restaurante Macho Sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18362/1/Tesis-Leonardo-Escandon-Calidad-de-Servicios.pdf>

Estrada, W. (2014). *Servicio y atención al cliente.*

<http://historico.pj.gob.pe/CorteSuprema/cij/documentos/ServicioAtencionCliente110708.pdf>

Extrader. (2017). *Cómo implementar un sistema de gestión de calidad en una empresa.*

<https://www.emprendices.co/implementar-sistema-gestion-calidad-una-empresa/>

Figueroa, C. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro restaurantes, JR. Ladislao Espinar CDR.3, ciudad de Chimbote, 2016.* (tesis de pregrado), Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8223/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_FIGUEROA\\_RODRIGUEZ\\_CARLOS\\_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8223/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_FIGUEROA_RODRIGUEZ_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Foromarketing (2016). *Tipos de clientes y sus características. ¿cómo cualificarlos?*

<https://www.foromarketing.com/tipos-de-clientes-y-sus-caracteristicas/?fbclid=IwAR04vcoeF0b8F7UNEsRCNXCiXRBSfO7Qc6UiTn0 hHSAe3gIphPvyYOOJk>

Huergo, J. (2016). *Los procesos de gestión.*

<http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadescargar/seminario4/huergo3.pdf>

ISO 9001. (2014). *Problemas durante la implementación ISO 9001.*

<https://www.cemiot.com/inicio/problemas-durante-la-implementacion-iso-9001/>

ISO 9001:2015. (2018). *¿Quiere saber lo que significa la gestión de calidad?*

<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>



ISO 9001. (2014). *Satisfacción del cliente*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2014/12/iso-9001-satisfaccion-cliente/>

ISO 9001: 2015. (2015). *Los 7 principios de gestión de calidad según ISO 9001:2015*.  
[https://www.qualired.com/despachos1.asp?cod\\_des=62662](https://www.qualired.com/despachos1.asp?cod_des=62662)

ISOTools. (2019). *Sistema de gestión de calidad*.  
<https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>

Laverde, E. (2014). *Gestión de mypes*.  
[https://es.slideshare.net/enriquelaverdecastillo5/gestion-de-20mypes?fbclid=IwAR0Ni5sQ263KElps1SEgJ9f67i4nCY-Wkd-%20EKYsOYx\\_uLTdutWkk4gDoefw](https://es.slideshare.net/enriquelaverdecastillo5/gestion-de-20mypes?fbclid=IwAR0Ni5sQ263KElps1SEgJ9f67i4nCY-Wkd-%20EKYsOYx_uLTdutWkk4gDoefw)

Ley 28015. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*.  
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Ley 30056. (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*.  
[http://www.sice.oas.org/SME\\_CH/PER/Ley\\_30056\\_s.pdf](http://www.sice.oas.org/SME_CH/PER/Ley_30056_s.pdf)

Luco, A. (2018). *¿Por qué fracasan las PYMES?*  
<https://www.businessconsulting.cl/por-que-fracasan-las-pymes/>

Mata, I. (2016). *Las 5 causas más frecuencia del fracaso empresaria*.  
<https://www.emprenderalia.com/las-5-causas-mas-frecuentes-del-fracaso-empresarial/>

Monroy, T. (2019). *Los cinco elementos importantes de un sistema de gestión de calidad*. [https://blog.kawak.net/mejorando\\_sistemas\\_de\\_gestion\\_iso/los-cinco-elementos-importantes-de-un-sistema-de-gesti%C3%B3n-de-calidad](https://blog.kawak.net/mejorando_sistemas_de_gestion_iso/los-cinco-elementos-importantes-de-un-sistema-de-gesti%C3%B3n-de-calidad)

Paulise, L. (2015). 8 factores por los que fracasan el 90% de las PYME.

<https://destinonegocio.com/cl/economia-cl/8-factores-fracasan-90-pyme/>

Peralta, M. (2016). *Cómo identificar a tus verdaderos clientes*.

<https://www.crecemujer.cl/capacitacion/comienzo-un-negocio/como-identificar-tus-verdaderos-clientes>

Perú Retail. (2017, 09 de agosto). *Las Pymes son el 96.5% de las empresas que hay en el Perú*. <https://www.peru-retail.com/pymes-empresas-peru/>

PQS. (2019, 10 de abril). *Mypes: por qué son importantes para la economía peruana*.

<https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>

Rendon, D. (2018). *Principios del servicio al cliente: la razón fundamental del éxito de la empresa*. <https://blog.comparasoftware.com/principios-del-servicio-al-cliente/>

Raffino, A. (2019). Gestión de calidad. -<https://concepto.de/gestion-de-calidad/>

Santa, A. (2016). *¿Por qué algunas empresas extranjeras fracasan en Panamá?*

<https://www.laprensa.com.ni/2017/10/06/economia/2309042-por-que-mueren-las-empresas>

- Reyes, S. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, sede Huehuetenango* (tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Huehuetenango, Guatemala.  
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>
- Santana, X. (2018, 29 de septiembre). *MYPYMES en la RD y su rol en la economía*.  
<https://acento.com.do/2018/opinion/8609603-mipymes-la-rd-rol-la-economia/?cn-reloaded=1>
- Scarilli, J. (2015). *La importancia de un excelente servicio al cliente y las encuestas de satisfacción*. <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-Manuel-scarilli>
- Sonia. (2016). *La importancia de la satisfacción del cliente*.  
<https://www.faxvirtual.com/blog/la-importancia-de-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Tarodo, C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3229607&query=D%C3%ADaz%2C+F.+M.+J.+%282014%29.+Atenci%C3%B3n+b%C3%A1sica+al+cliente%3A+manual+te%C3%B3rico>
- ULADECH. (2019). *Código de ética para la investigación*.  
<file:///C:/Users/nicol/Downloads/C%C3%B3digo%20de%20%C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Villacorta, H. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las*

*micro y pequeñas del sector servicio – rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018* (tesis de pregrado). Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD\\_CLIENTE\\_VILLACORTA\\_AREDO\\_HILDER\\_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Yzaguirre, E. (2018). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_YZAGUIRRE\\_VENTURA\\_ELIZABETH\\_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Zavaleta, J. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Santa, 2018* (tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15154/GESTION\\_MICROEMPRESAS\\_ZAVALETA\\_SALDANA\\_JOSE\\_VICTOR.pdf?](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15154/GESTION_MICROEMPRESAS_ZAVALETA_SALDANA_JOSE_VICTOR.pdf?)

## ANEXOS

### Anexo 1: Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	TIEMPO DE DURACIÓN DEL CICLO ACADÉMICO – TALLER DE INVESTIGACIÓN III														
	(SEMANAS)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. Resultados de investigación	X														
2. Cronograma de trabajo		X													
3. Fichas bibliográficas (Antecedentes)		X													
4. Revisión de literatura – Uso Turnitin			X												
5. <u>Revisión de literatura (MOIC)</u>				X											
6. Análisis de resultados (MOIC)					X										
7. Mejoras a la ejecución del trabajo						X									
8. Conclusiones (MOIC)							X								
9. Introducción								X							
10. Resumen y abstract								X							
11. Turnitin - Introducción								X							
12. Revisión análisis de resultados, conclusiones, introducción y resumen									X						
13. Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen – abstract										X					
14. Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen - abstract											X				
15. <u>Análisis de resultados - Uso Turnitin (Asesoría)Ejercicio 2 de Turnitin</u>												X			
16. Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen - abstract													X		
17. <u>Pre Informe Tarea</u>														X	
18. Difusión de promedios															X

## Anexo 2: Presupuestos

<b>PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE</b>			
<b>(Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
Suministros			
• Impresiones	13.00	1	13.00
• Fotocopias	6.00	1	6.00
• Empastado	10.00	1	10.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	6.50		6.50
• Lapiceros	3.00	1	3.00
Servicios			
• Uso del turnitin	50.00	1	50.00
Sub total			88.50
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	5.00	4	20.00
Sub total			20.00
Total de presupuesto desembolsable			108.50
<b>Presupuesto desembolsable</b>			
<b>(Universidad)</b>			
Categoría			
Servicios			
• Uso de internet	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en Base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático	40.00	4	160.00
• Publicación del artículo en Repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			
Recurso humano			
• Asesoría personalizada	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			760.50

### Anexo 3: Cuadro de sondeo

N°	Nombre comercial	Actividad comercial	Actividad comercial
1	Anticuchería “La Arequipeñita”	Servicios	Jr. José Olaya 145, Chimbote 02803
2	El Parrillero	Servicios	Jr. Espinar 385 <sup>a</sup> Casco Urbano
3	El Huarique de las parrillas	Servicios	Leoncio Prado 626
4	Parrilladas Papo’s	Servicios	Prolongación Leoncio Prado 1131. Chimbote
5	Parrillas “Casa Blanca	Servicios	Jr. Leoncio Prado, Chimbote 02803
6	RestoBar “Pasaypica”	Servicios	Jr. José Olaya 10, Chimbote 02803
7	Anticuchería “La Gitana”	Servicios	Jr. Ladislao Espinar 385-A, Chimbote
8	Restaurante Parrilladas “Romerito”	Servicios	Jr. Carlos de los Heroes N° 489
9	Momo’s Restaurant	Servicios	Jr Ladislao Espinar 472, Chimbote
10	Fiesta “Pollos y Parrillas”	Servicios	Jr. Manuel Ruiz N°590
11	Parrillas 4 ases	Servicios	Prolongación José Balta, Chimbote

## **Anexo 4: Cuestionario**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO PARRILLAS EN LA ZONA CÉNTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, 2018, para obtener el grado de Bachiller 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 término Gestión de Calidad?**

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

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

- a) Benchmarking
- b) Empowerment
- c) La 5 s
- d) Outsourcing
- e) Otros

**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 trazadas por la empresa?**

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

## **2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE**

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Anexo 5: Hoja de Tabulación

**Tabla 1.** Característica de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Edad	a) 18-30 años	III	4	36.36
	b) 31-50 años	IIII	5	45.45
	c) 51-a mas	II	2	18.19
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Género	a) Masculino	IIII I	6	54.55
	b) Femenino	IIII	5	45.45
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Grado de instrucción	a) Sin instrucción		0	0
	b) Educación básica		0	0
	d) Superior no universitario	IIII	5	45.45
	e) Superior Universitario	IIII I	6	54.55
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Cargo que desempeña	a) Dueño	IIII III	8	27.27
	b) Administrador	III	3	72.73
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Tiempo que se desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años	II	2	18.18
	b) 4 a 6 años	IIII	6	54.55
	c) 7 a más años	III	3	27.27
	Total	IIII IIII I	11	100.00

**Tabla 2.** Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Tabulación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Tiempo de permanencia en el rubro	a) 0 a 3 años	<b>II</b>	2	18.18
	b) 4 a 6 años	<b>IIII</b>	4	36.36
	c) 7 a más años	<b>IIIII</b>	5	45.46
	Total	<b>IIIII IIII I</b>	11	100.00
Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	<b>IIIII</b>	5	45.45
	b) 6 a 10 trabajadores	<b>IIII I</b>	6	54.55
	c) 11 a más trabajadores		0	0
	total	<b>IIIII IIII IIII</b>	11	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares	<b>II</b>	2	18.18
	b) Personas no familiares	<b>IIIII IIII</b>	9	81.82
	Total	<b>IIIII IIII I</b>	11	100.00
Objetivo de la creación	a) Generar ganancias	<b>IIII I</b>	6	54.55
	b) Subsistencia	<b>IIIII</b>	5	45.45
	Total	<b>IIIII IIII I</b>	11	100.00

**Tabla 3.** Característica de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

Preguntas	Frecuencias	Tabulación	N	%
Conocimiento del termino de gestión de calidad	a) Sí	IIII II	7	63.64
	b) No		0	0.00
	c) Tiene poco conocimiento	III	4	36.36
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Técnicas modernas que conoce de la gestión de calidad	a) Benchmarking	IIII III	9	81.82
	b) Atención al cliente	II	2	18.18
	c) Empowerment		5	0.00
	d) Las 5 s		0	0.00
	e) Outsourcing		0	0.00
	f) Otros		0	0.00
	g) Ninguno		0	0.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Dificultades de los trabajadores para implementar la gestión de calidad	a) Poca iniciativa	II	2	18.18
	b) Aprendizaje lento	III	3	27.27
	c) No se adapta a los cambios	IIII	6	54.55
	e) Desconocimiento del puesto		0	
	f) Otros		0	0
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Técnicas que conoce medir el rendimiento del personal	a) Observación	IIII III	8	72.73
	b) Evaluación	III	3	27.27
	c) Escala de puntuación		0	0.00
	d) Evaluación de 360°		0	0.00
	e) Otros		0	38.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00

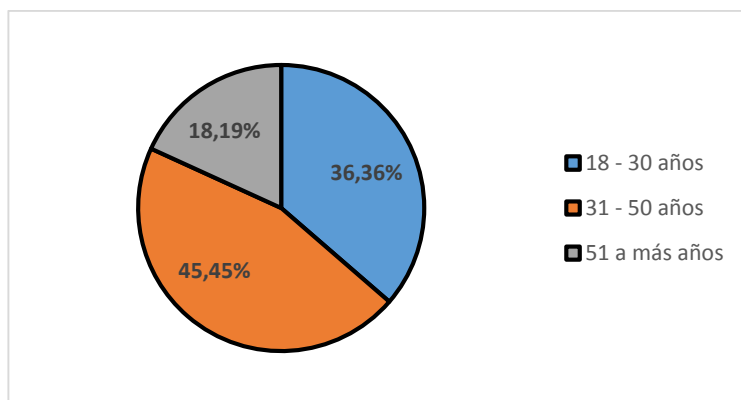
<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
La gestión de calidad mejora rendimiento del negocio	a) Sí	IIII IIII I	11	100.00
	b) No		0	0.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas	a) Sí	IIII I	6	54.55
	b) No		0	0.00
	c) A veces	IIII	5	45.45
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Conocimiento del termino atención al cliente	a) Sí	IIII IIII	9	81.82
	b) No		0	0.00
	c) Tengo cierto conocimiento	II	2	45.45
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus cliente	a) Sí	IIII I	6	54.55
	b) No		0	0.00
	c) A veces	IIII	5	45.45
	Total	IIII IIII IIII	11	100.00
La atención al cliente es fundamental	a) Sí	IIII IIII	9	81.82
	b) No	II	2	18.18
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Herramientas para un servicio de calidad	a) Comunicación	IIII II	7	63.64
	b) Confianza	II	2	18.18
	c) Retroalimentación	II	2	18.18
	d) Ninguno		0	0.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00



<b>Preguntas</b>	<b>Repuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Principales factores para la calidad al servicio que brinda	a) Atención personalizada	<b>III</b>	3	27.27
	b) Rapidez en la entrega de los productos	<b>IIII III</b>	8	72.73
	c) Las instalaciones		0	0.00
	d) Ninguno		0	0.00
	Total	<b>IIII IIII I</b>	11	100.00
La atención que brinda al cliente es	a) Buena	<b>IIII III</b>	8	72.73
	b) Mala	<b>III</b>	3	27.27
	c) Regular		0	0.00
	Total	<b>IIII IIII I</b>	11	100.00
Razón por la que se da una mala atención	a) No tiene suficiente personal		0	0.00
	b) Por una mala organización de los trabajadores	<b>III</b>	3	27.27
	c) Si brinda una buena atención al cliente	<b>IIII III</b>	8	72.73
	Total	<b>IIII IIII I</b>	11	100.00
Resultados de una buena atención al cliente	a) Clientes satisfechos	<b>II</b>	2	18.18
	b) Fidelización de los clientes	<b>IIII I</b>	6	54.55
	c) Posicionamiento de la empresa		0	0.00
	d) Incremento de las ventas	<b>III</b>	3	27.27
	Total	<b>IIII IIII I</b>	11	100.00

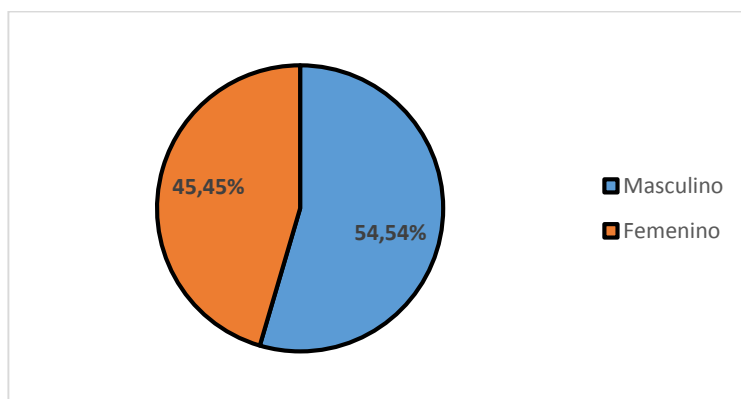
## Anexo 6: Figuras

1. Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.



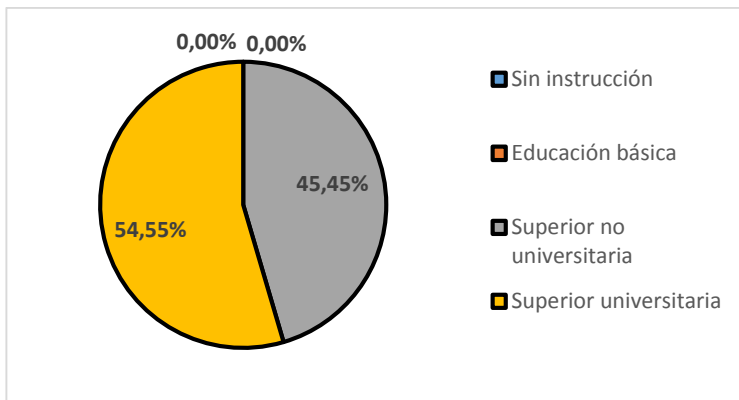
*Figura 1.* Edad

**Fuente:** Tabla 1



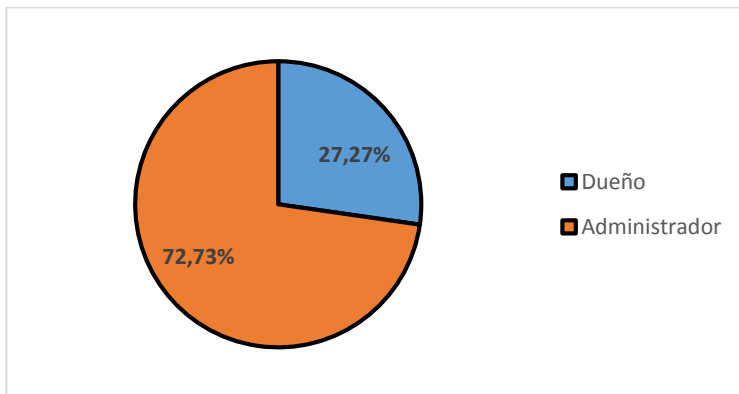
*Figura 2.* Género

**Fuente:** Tabla 1



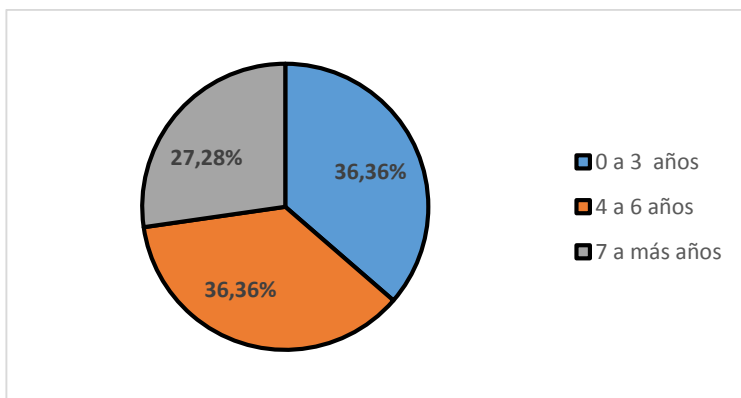
**Figura 3.** Grado de instrucción

**Fuente:** Tabla 1



**Figura 4.** Cargo que desempeña

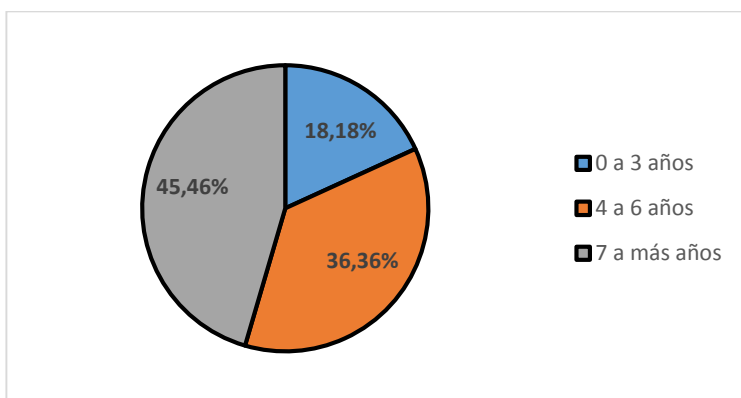
**Fuente:** Tabla 1



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

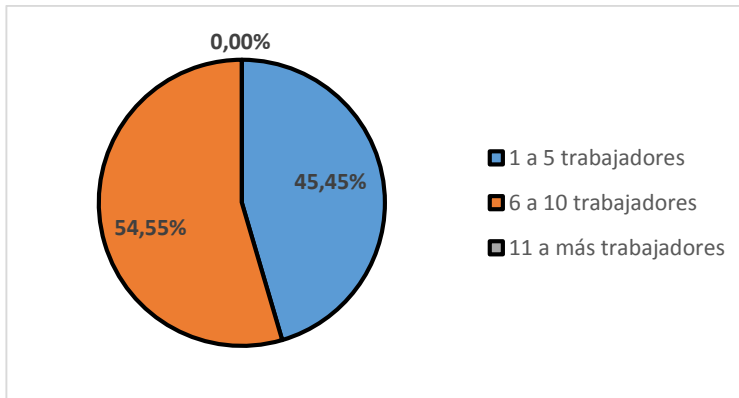
**Fuente:** Tabla 1

2. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.



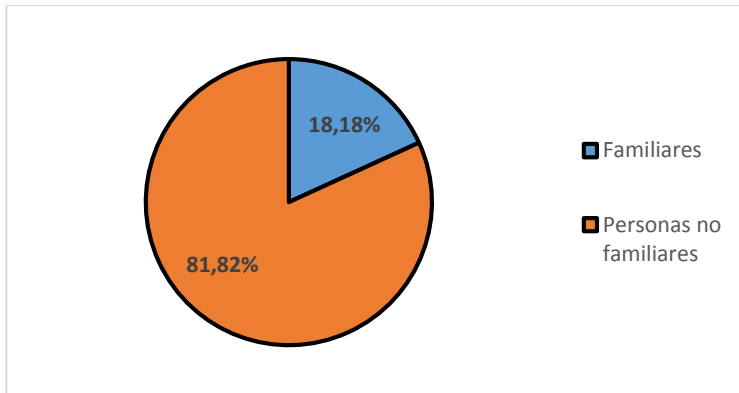
**Figura 6.** Tiempo de permanencia en el rubro

**Fuente:** Tabla 2



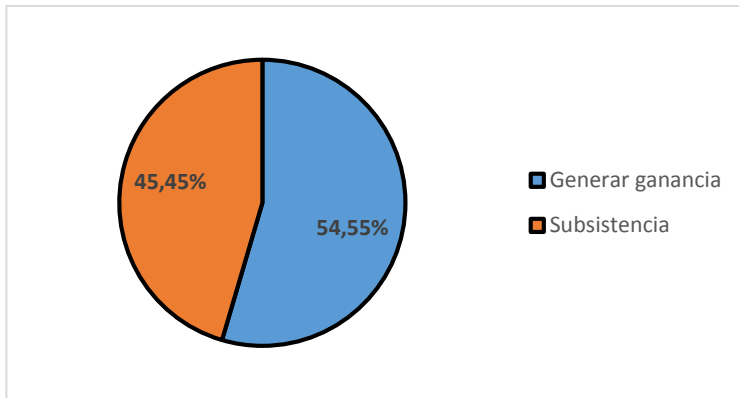
**Figura 7.** Número de trabajadores

**Fuente:** Tabla 2



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

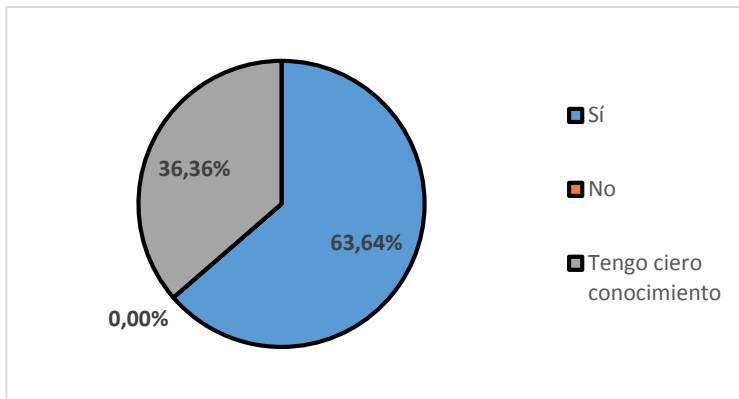
**Fuente:** Tabla 2



**Figura 9.** Objetivo de creación de la empresa

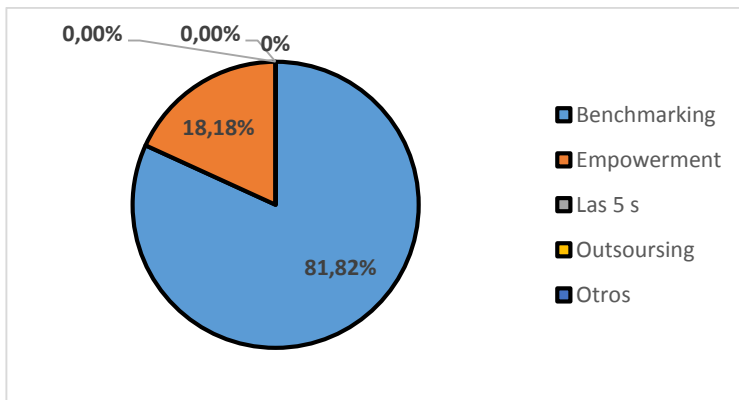
**Fuente:** Tabla 2

- Respecto a las características de la variable gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.



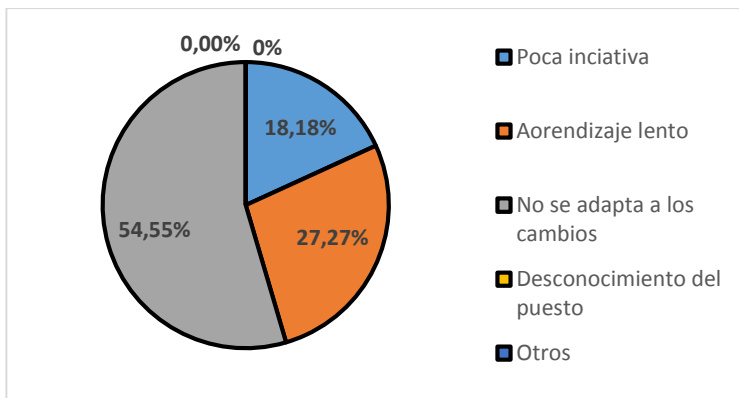
**Figura 10.** Conocimiento del término de gestión de calidad

**Fuente:** Tabla 3



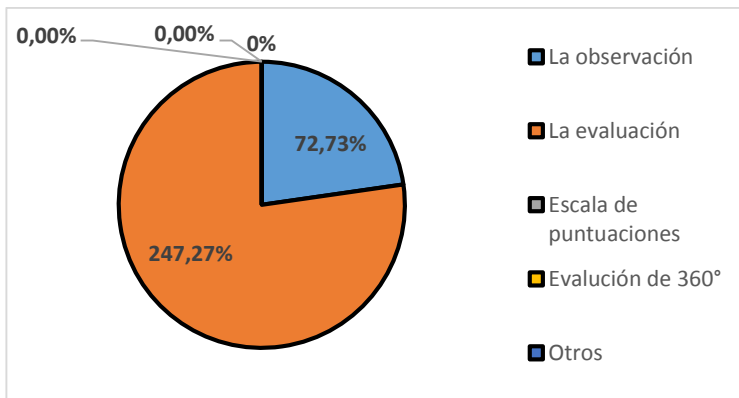
**Figura 11.** Técnicas modernas que conoce de la gestión de calidad

**Fuente:** Tabla 3



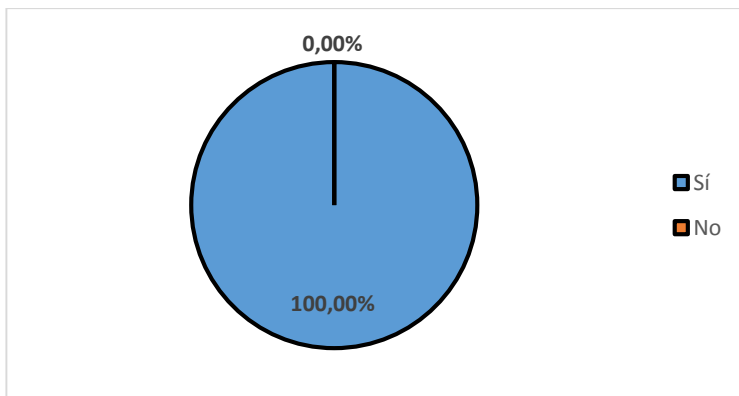
**Figura 12.** Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad

**Fuente:** Tabla 3



**Figura 13.** Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal

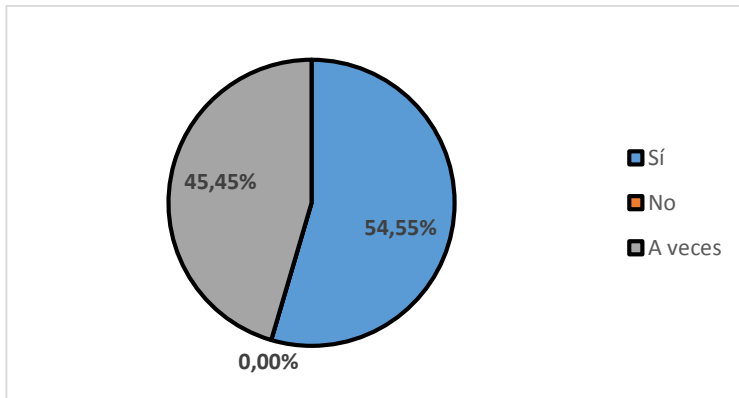
**Fuente:** Tabla 3



**Figura 14.** La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio

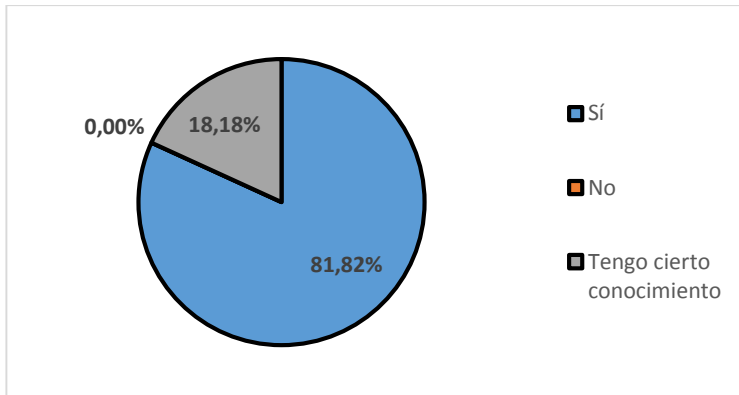
**Fuente:** Tabla 3





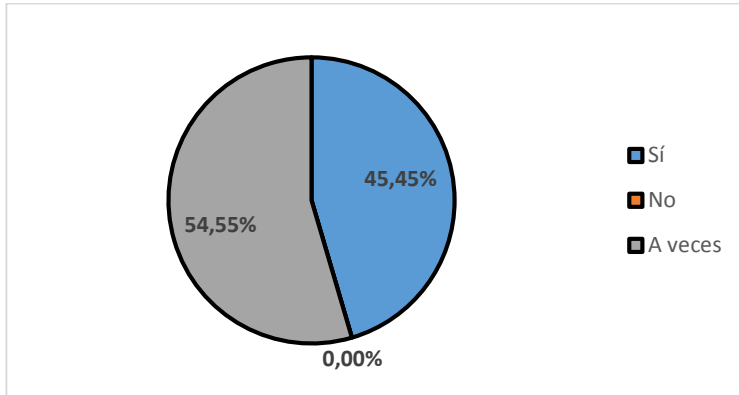
**Figura 15.** La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas

**Fuente:** Tabla 3



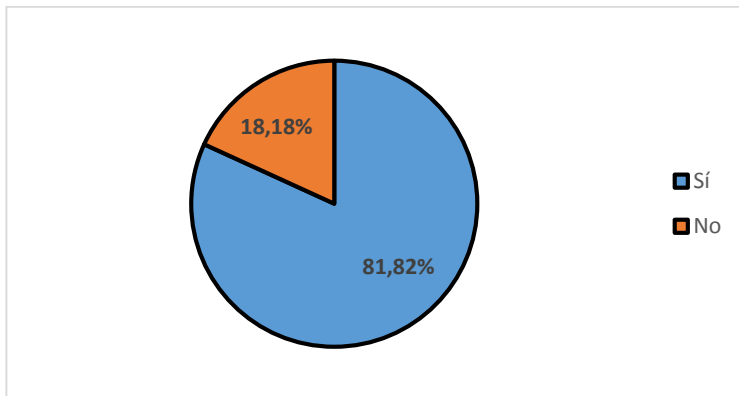
**Figura 16.** Conocimiento del término atención al cliente

**Fuente:** Tabla 3



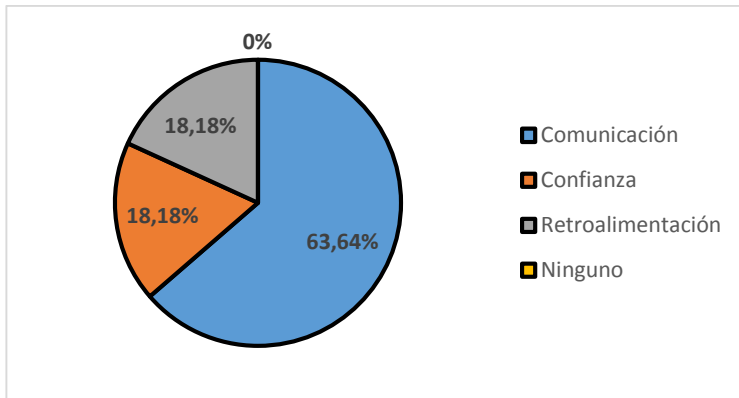
**Figura 17.** Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

**Fuente:** Tabla 3



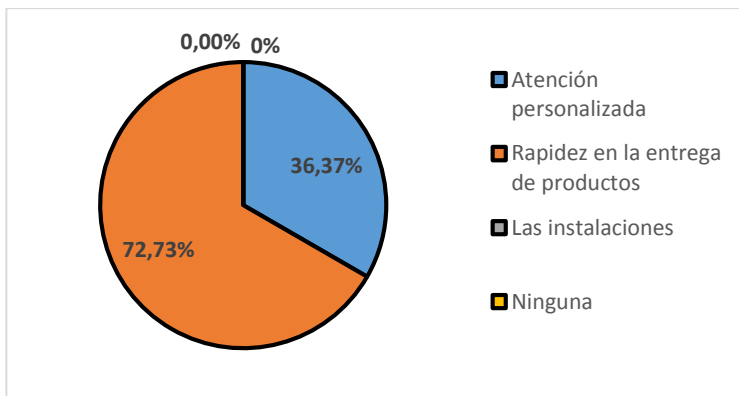
**Figura 18.** La atención al cliente es fundamental

**Fuente:** Tabla 3



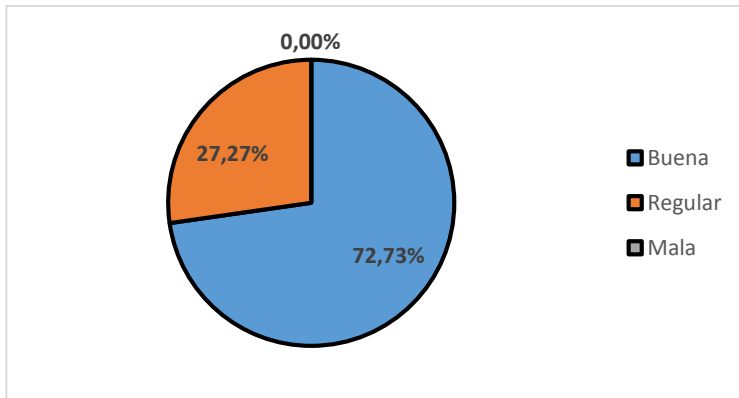
**Figura 19.** Herramientas para un servicio de calidad

**Fuente:** Tabla 3



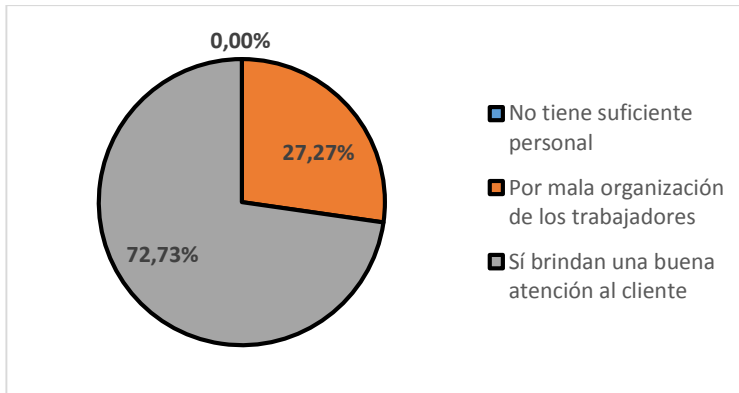
**Figura 20.** Principales factores para la calidad al servicio que brinda

**Fuente:** Tabla 3



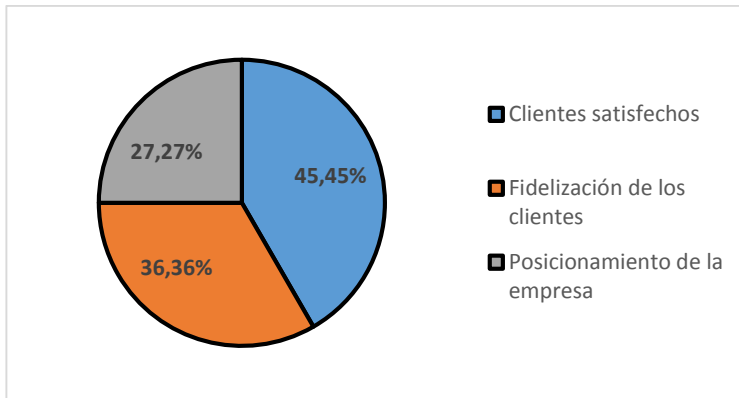
**Figura 21.** La atención que brinda al cliente es

**Fuente:** Tabla 3



**Figura 22.** Razón por la que se da una mala atención

**Fuente:** Tabla 3



**Figura 23.** Resultados de una buena atención al cliente

**Fuente:** Tabla 3

## Anexo 7: CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a) propietario de la MYPE “Anticuchería La Arequipeña” estamos llevando a cabo un estudio de investigación para optar el grado de bachiller en ciencias Administrativas denominada: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018

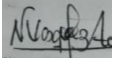

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la gestión de calidad en Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 960997053, correo: nicoleva2702@gmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: [carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com](mailto:carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com) y [crebazaa@uladech.edu.pe](mailto:crebazaa@uladech.edu.pe)

### Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado

<u>Nicole D. Vásquez Alarcón</u> Nombre del investigador	 Firma del investigador	<u>Junio 2019</u> Fecha	<u>7:00 pm</u> Hora
<u>Carlos E. Rebaza Alfaro</u> Nombre del docente tutor	 Firma del docente tutor	<u>Abril 2020</u> Fecha	<u>7.00 pm</u> Hora