



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIO  
RUBRO RESTAURANTES DE PRODUCTOS  
HIDROBIOLÓGICOS (CEVICHERIAS), CASCO URBANO  
DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2017.

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

**AUTORA**

FLORES CALLAN, ROSMERY NICOLE

ORCID: 0000-0002-2312-401X

**ASESOR**

Mgtr. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO

ORCID: 0000-0002-9053-8175

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Flores Callan, Rosmery Nicole

ORCID: 0000-0002-2312-401X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,

Estudiante de Pregrado, Chimbote, Perú

### **ASESOR**

Mgtr. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

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

### **JURADO**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-8491-0751

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-9053-8175

Miembro

Mgtr. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

Asesor

## **Agradecimiento**

*A Dios por permitirme  
Continuar con mis  
deberes Académicos.*

*A mis padres por  
brindarme el apoyo  
incondicional, por darme  
todo para yo llegar a cumplir  
mis metas.*

*A mi hermanos,  
que son ejemplo y  
espejo para mí y  
seguir sus pasos en  
ámbito  
profesional.*

## **Dedicatoria**

*A mis Padres por el  
esfuerzo en cada año  
de estudio,*

*A mi Abuelo, que es  
mi gran ejemplo de vida  
profesional.*

*A mis hermanos, por  
su apoyo incondicional.*

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías) en el casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 63.64% tienen entre 31 y 51 años, el 54.55% son de género femenino, el 45.45% tienen instrucción superior no universitaria, el 63.64% desempeñan el cargo de administrador, el 45.45% tienen más de 7 años en el rubro, el 72.73% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 90.91% de sus trabajadores no son familiares, el 54.55% tienen como objetivo generar ganancias, el 63.64% conoce el término de atención al cliente, el 63.64% no adaptarse a los cambios es la mayor dificultad para los trabajadores, el 63.64% la técnica de rendimiento que utiliza es la evaluación, el 45.45% tiene como resultado la fidelización de los clientes. La investigación concluye que la mayoría de los representantes ponen en práctica la gestión de calidad en atención al cliente y el resto no las pone en práctica por desconocimiento.

**Palabras Clave:** Atención al cliente, Gestión de Calidad, Mypes

## **Abstract**

The purpose of this research work was to determine the main characteristics of quality management in customer service in micro and small companies in the service sector of hydrobiological products restaurants (cevicherias) in the urban area of the district of Nuevo Chimbote, 2017. The research was non-experimental, cross-sectional, descriptive. To collect the information, a sample population of 11 micro and small businesses was used, to which a questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 63.64% are between 31 and 51 years old, 54.55% are female, 45.45% have higher non-university education, 63.64% hold the position of administrator, 45.45% have more than 7 years in the field, 72.73% have 1 to 5 workers, 90.91 % of its workers are not family members, 54.55% aim to generate profits, 63.64% know the term of customer service, 63.64% do not adapt to changes is the greatest difficulty for workers, 63.64% the technique of performance used is the evaluation, 45.45% results in customer loyalty. The investigation concludes that most representatives implement quality management in customer service and the rest do not implement them due to ignorance.

**Keywords:** Customer Service, Quality Management, Mypes.

## CONTENIDO

1. Título de tesis	i
2. Equipo de Trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	v
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
III. HIPÓTESIS	32
IV. METODOLOGÍA	
4.1 Diseño de la investigación	33
4.2 Población y muestra	34
4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores	35
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
4.5 Plan de análisis	39
4.6 Matriz de consistencia	40
4.7 Principios éticos	42
V. RESULTADOS	
5.1 Resultados	43
5.2 Análisis de resultados	48
VI. CONCLUSIONES	56
Aspectos complementarios	58
Referencias bibliográficas	59
Anexos	63



## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### Tablas

Tabla 1. Características de los Representantes del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías) en el casco urbano del distrito de nuevo Chimbote, 2017. 74

Tabla 2. Características de las Micro Y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías) en el casco urbano del distrito de nuevo Chimbote, 2017 75

Tabla 3. Características de Gestión de Calidad con en Atención al Cliente de las Micro Y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías) en el casco urbano del distrito de nuevo Chimbote, 2017. 76

## Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad de los representantes	80
Figura 2. Género de los representantes	80
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes	81
Figura 4. Cargo que desempeña los representantes	81
Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo los representantes	82
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro	82
Figura 7. Número de trabajadores	83
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa	83
Figura 9. Objetivo de creación	84
Figura 10. Conocimiento del término de gestión de calidad	84
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad	85
Figura 12. Dificultades que tienen los trabajadores e impiden la Implementación de la gestión de calidad	85
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	86
Figura 14. La gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio	86
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la Empresa	87
Figura 16. Conocimiento del término de atención al cliente	87
Figura 17. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	88
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento.	88
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	89
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda	89
Figura 21. La atención que brinda a los clientes	90
Figura 22. Motivos por el que se está dando una mala atención al cliente	90
Figura 23. Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente	91

## I. INTRODUCCION

Actualmente, se considera al Perú como un país con población emprendedora y mucha iniciativa de negocio, también es considerado un país que tiene mortalidad de empresas que llegan a quebrar antes de cumplir un año, se estima aproximadamente el 50 % de ellas , esta debida situación se sitúa en que dichas empresas tienen falta de conocimiento de las herramientas de gestión y habilidades de gerencia y la grave situación se completa por el tema las informalidades de sus respectivas operaciones , de improvisación, baja productividad que se convierte en baja competitividad , que ocasiona menos rentabilidad y concluye en la quiebra. Algunos de los factores que también se considera son: la escasa capacidad operativa, la limitada capacidad gerencial, los problemas de información adecuada, la inadecuada tecnología, entre otros. (Ravelo, 2012).

Se dice que la importancia de las Mypes netamente peruanas es demasiado evidente, desde todos los aspectos, para empezar se considera como una fuente de empleo importante e indispensable, ayuda a personas de bajos recursos mediante el empleo con una inversión mínima o inicial, ayuda a reducir la pobreza en el Perú y sobre todo contribuye con la empresa, en la producción de la misma y los más relevante, el crecimiento económico peruano. (Tello, 2014)

Las micro y pequeñas empresas del sector servicio, restaurantes de productos hidrobiológicos, afrontan problemas por falta de información y habilidades para poder gestionar su empresa de la mejor manera en cuanto a la atención al cliente, aplican la

buena atención pero no usan estrategias de ello para poder dar una buena imagen con respecto al trato que se le da el cliente, ya que la atención dada es la imagen que se puede persuadir del establecimiento o empresa.

La problemática de las Mypes es a nivel internacional; en España, por ejemplo, la confederación española habla de que las Mypes españolas tienen un pensamiento autónomo, es por eso que no sobresalen como empresa, pero más allá de eso hay leyes que no contienen incentivos para poder crecer como empresa. (Gómez, 2019)

Cuando hablamos de Francia, que un país sumamente desarrollado en lo que se refiere a empresas, también tuvo un percance con el tema de la baja en exportaciones, en el año 2014, pues estas solo aumentaron un mínimo, y esto se tuvo que estabilizar en el año 2015 luego de este año han tratado de mantenerse posicionados, aplicando una buena Gestión de Calidad. Ya que para ellos es de suma importancia mantenerse al menos en constante dinamismo dentro de la Unión Europea así de esta manera puedan seguir exportando y puedan surgir más que sus competidores. (Upela, 2015)

Colombia también es uno de los países más importantes en las pequeñas y medianas empresas ya que juega un rol muy importante debido a que es una influencia directa para el desempleo y el crecimiento del mismo, pero esta se ve vulnerable por la falta de capacitación y apoyo a las pymes, ya que entra al entorno de la competitividad, costos, manejos comercial y de servicios. Asimismo la falta de capacitación técnica y empresarial hace que no esté al nivel con las empresas y no generan confianza y credibilidad al

mercado. Esto hace que sea un problema para las pymes Colombianas ya que genera carencia de habilidades y crecimiento a nivel global. (Salinas, 2013).

En Perú según el Instituto Nacional de Estadística e Informática lo que limita el desarrollo de las empresas es que el 39.5% son informales, tienen una demanda limitado ocupando el 36.7% de las empresas. También hace referencia que el 81.2% creen que tienen competencia sobre sus productos y es la informalidad. Es por ello que las micro y pequeñas empresas tienen una de las características como la innovación empresarial, por ejemplo ya que cada vez hay más competencia en el sector servicio, por ese motivo los microempresarios tienen que implementar nuevas estrategias empleando la Gestión de Calidad y una mejora continua de sus productos, para así posicionarse en el mercado. (Sangama, 2010).

En el tema gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas se debe a que en el distrito de nuevo Chimbote cuenta con una atención al cliente un poco deficiente por tal motivo no puede destacarse. En la presente investigación se justifica porque últimamente los restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías) van en aumento con el paso del tiempo se muestran demasiados problemas e inconvenientes.

Por lo expuesto anteriormente se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de Gestión de Calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas Sector Servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar las características de Gestión de Calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas Sector Servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos:

Identificar las características de los representantes del Sector Servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017. Especificar las características de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017. Describir las características de Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

La investigación se justifica porque nos dará a conocer características importantes de los representantes y como evalúan a su personal en otras palabras, la forma de trabajar, y así saber si realizan una buena labor. Se justifica también porque nos dará a conocer la objetividad de cada mype, la manera en la que ponen en práctica algunas técnicas administrativas en su negocio. Por último se justifica porque nos brindara información necesaria para conocer la manera en que aplican la gestión de calidad en atención al cliente

y que beneficios obtienen mediante su aplicación teniendo en cuenta que esto nos dará una visión amplia del servicio que brindan y así buscar mejoras necesarias para una mejor imagen de la empresa.

En la investigación se utilizó la siguiente metodología: se utilizó el diseño no experimental- transversal- descriptivo. Fue no experimental porque se desarrolló sin manipular la información, fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2017 y fue descriptivo porque se describe de manera detallada el presente informe. Asimismo para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro empresas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento, el cuestionario, estructurado con 23 preguntas, las 5 primeras con datos de las características de los representantes, las 4 siguientes hace referencia a las micro y pequeñas empresas y las 14 últimas están referidas a la Gestión de Calidad con el uso de atención al cliente. Obteniendo los siguientes resultados: el 63.64% tienen entre 31 y 51 años, el 54.55% son de género femenino, el 45.45% tienen instrucción superior no universitaria, el 63.64% desempeñan el cargo de administrador, el 45.45% tienen más de 7 años en el rubro, el 72.73% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 90.91% de sus trabajadores no son familiares, el 54.55% tienen como objetivo generar ganancias, el 63.64% conoce el término de atención al cliente, el 63.64% no adaptarse a los cambios es la mayor dificultad para los trabajadores, el 63.64% la técnica de rendimiento que utiliza es la evaluación, el 45.45% tiene como resultado la fidelización de los clientes.

La investigación concluye que la mayoría de los representantes ponen en práctica la gestión de calidad en atención al cliente y el resto no las pone en práctica por desconocimiento.

## **II. Revisión de la Literatura.**

### **2.1 Antecedentes**

#### **Internacionales**

Maroto (2014) en su investigación *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas rey agro*, tuvo como objetivo general: Determinar cuáles son los factores determinantes de la Gestión Administrativa que están influyendo en la Satisfacción del Cliente de la Empresa de insumos agrícolas Rey Agro, y planteó los siguientes objetivos específicos: Diagnosticar la importancia que se da a la Gestión Administrativa de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro como puntal para el desarrollo del negocio. Analizar el nivel de Satisfacción de los clientes de la empresa de insumos agrícolas Rey Agro, relativos a la gestión administrativa. Diseñar un Plan de mejoras de la gestión administrativa para la empresa de insumos agrícolas Rey Agro para lograr un elevado nivel de Satisfacción del Cliente. La metodología que utilizo fue inductiva-deductiva, y en base a las opiniones de los involucrados, y utiliza una muestra de (132 clientes y 5 personal de la empresa) de una población de 200 clientes frecuentes y 5 personal de la empresa, a quienes se les aplico un cuestionario a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 40.9% opinan que frecuentemente las metas propuestas reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa, el 46.97% de los encuestados, ha informado que solo a veces se consideran los aspectos de



atención y servicio al cliente para que sean logrados eficientemente, el 56.1% de los clientes externos manifestaron, que siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro, el 55.3% de los clientes externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados, ya que cuentan con el conocimiento suficiente para hacerlo, 41,67% opina que solamente a veces se distingue una mejora en la producción y en el nivel de vida de los habitantes por influencia de la empresa Rey Agro en el cantón Salcedo, el 45.45% manifestaron que siempre será necesario implementar un plan de mejora de la gestión administrativa de la empresa Rey Agro, el 100% manifiesta que nunca ha existido ningún tipo de malestar por la atención recibida de parte de los asesores y vendedores de la empresa Rey Agro, el 100% manifiesta que existe una atención con normalidad en la empresa Rey Agro del cantón Salcedo, 76.5% la calidad de la atención influye en su nivel de satisfacción personal, 79.55% mencionaron que siempre el servicio de asistencia técnica de la empresa Rey Agro, la investigación concluyó que: Los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa de insumos agrícolas “Rey Agro” del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro. Según la mitad de los encuestados (49.24%), el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados. La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de “Rey Agro” y lograr altos niveles de satisfacción de los clientes,

según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa (45.45%). La investigación concluyó que: En la empresa “Rey Agro”, las metas propuestas no reflejan un diagnóstico de la situación actual de la empresa casi para la mitad de ellos. Para el 46.97% de los encuestados, solo a veces se consideran los aspectos de atención y servicio al cliente para que sean logrados. Casi nunca (44.70%) o a veces (37.88%), existe un impacto elevado de la difusión publicitaria empleada en la empresa. No se exhibe la misión y visión institucionales. Casi la mitad de los encuestados (49.24%) de la empresa Rey Agro, manifestaron que solo a veces, ha podido notar un nivel de desarrollo convincente de ésta empresa. Los niveles de satisfacción del cliente que maneja la empresa de insumos agrícolas “Rey Agro” del cantón Salcedo, tienen diversos indicadores referentes tanto a la atención como a la satisfacción de las demandas de los clientes, entre ellos se debe considerar que: Según el 56.1% de los clientes externos siempre se han sentido satisfechos con la atención recibida en la empresa Rey Agro. Según la mitad de los encuestados (49.24%), el monitoreo de la actividad realizada por el personal de servicio técnico ocurre solamente a veces. Para el 55.3% de los clientes 8 externos de la empresa “Rey Agro” siempre existe una respuesta constante a sus expectativas de parte de los empleados. La empresa Rey Agro, definitivamente, no realiza negocios a través del Internet, aunque esta distribuidora de productos agroquímicos dispone de oficinas propias desde las cuales realiza su servicio de atención a los clientes. Existe una buena aplicación del Merchandising, por lo que la distribución técnica de la mercadería, tanto de productos como de insumos en las estanterías de Rey Agro, permite localizarlos fácilmente y conocer de inmediato su precio. La atención recibida según el 36.36% de las respuestas, solo a veces les deja satisfechos,

aunque esta atención, en todos los casos se realice con rapidez, oportunidad y especialidad. Según la opinión de los clientes (37.88%), solamente “a veces”, Rey Agro dispone de toda la gama de productos demandados por los clientes siendo un servicio de atención generador de confianza (79.55%). La estrategia administrativa más útil para mejorar la situación negativa de “Rey Agro” y lograr altos niveles de satisfacción de los clientes, según la mayoría de los encuestados, será implementar un plan de mejora de la gestión administrativa para la empresa (45.45%).

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de gualan, zacapa.* La presente investigación se realizó en el restaurante Pizza Burger Diner ubicado en Gualan, Zacapa; con el propósito de evaluar la calidad e el servicio al cliente. La evaluación de la calidad del servicio se realizó mediante el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Además se realizó una evaluación 360 grados para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. Las variables de respuesta utilizadas fueron la calidad del servicio al cliente y las brechas de insatisfacción. Los indicadores propuestos fueron a) elementos tangibles, b) empatía, c) confiabilidad, d) capacidad de respuesta y e) fiabilidad. Los indicadores utilizados corresponden a las cinco dimensiones utilizadas en el método ServQual. La evaluación se realizó en una muestra de 70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para

medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir expectativas. Entre los principales resultados obtenidos a través de la investigación se encuentra una caracterización de los clientes, con la que se determinó la frecuencia de los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado. Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas. Con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan.

Barragán (2016) en su trabajo de investigación *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*; se tuvo el siguiente problema: ¿Por qué es necesario mejorar el servicio y la atención al cliente que se ofrece en los restaurantes a ser estudiados?, se planteó el siguiente objetivo general Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos, y los objetivos específicos Determinar las posibles causas que afectan a las expectativas del cliente por parte del servicio que obtienen ,Establecer un diagnóstico de la calidad de servicio y atención al cliente que ofrece cada uno de los restaurantes , Definir estrategias de mejora que permitan brindar un servicio de calidad al cliente; la metodología que se utilizó para el tipo de investigación fue descriptiva; obteniéndose los siguientes resultados: total de clientes encuestados el 54% fueron de género masculino y el 46% de género femenino, el 38% está totalmente de acuerdo en

que el personal fue amable y respetuoso, el 33% de las personas encuestadas, están totalmente de acuerdo en que el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado, el 40% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo en cuanto a si los alimentos ofrecidos fueron del agrado de ellos, Con respecto a la presentación de los platillos, el 25% está totalmente de acuerdo en que cumplió con lo esperado, el 32% de los encuestados están totalmente de acuerdo con respecto a la limpieza del restaurante, con respecto a si el servicio en general fue satisfactorio para los encuestados, el 20% está total acuerdo, con respecto a la frecuencia con la que visitan el restaurante, el 41% frecuenta el establecimiento rara vez; ; se llegaron a las siguientes conclusiones: Mediante el proceso de esta investigación, se ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado, El sistema de evaluación escogido ha reflejado de manera exitosa la situación actual del establecimiento, con respecto a la satisfacción del cliente tanto interno como externo. Permitiendo así, establecer las posibles soluciones a los problemas encontrados, La mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente, en cuanto al ambiente laboral, se pudo constatar que los colaboradores tienen claras sus funciones y responsabilidades, sin embargo se sienten desmotivados por la falta de entrenamiento y capacitaciones, lo cual es considerado

como un impedimento para crecer profesionalmente dentro de la organización, con los resultados obtenidos de las encuestas, se ha elaborado una serie de propuestas o estrategias para mejorar el servicio y la calidad de atención al cliente, así como estrategias para renovar el ambiente laboral, y de esta manera poder brindar un valor adicional al cliente.

### **Nacionales**

Antúnez (2017) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*; se tuvo el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio –rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016? ; 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 (MYPE) del sector servicio -rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016; y los objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016, Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016, Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016; la metodología que se utilizó para la investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental –descriptivo –transversal. Para el recojo de

información se escogió una muestra dirigida de 22 Mypes de una población de 26, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: el 72,7% tienen una edad entre 31-50 años de edad, el 63,6% son de género masculino, El 45,5% tienen un grado de instrucción superior, El 63,6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, El 59,1% de las micro y pequeñas empresas son informales, El 68,2% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad, y el 40,9% señalan lo contrario, El 40,9% manifiestan usar la mejora continua como técnica de gestión en su negocio, El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad planificar sus actividades para determinar la calidad dentro de su negocio, el 36,4% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes el buen trato, seguido de un 27,3% que prioriza los platos de calidad, el 22,7% trata de priorizar el tiempo de espera, y el 13,6% se enfoca en la limpieza para mantener a sus clientes satisfechos, el 45,5% al contratar a su personal prefiere dar la oportunidad de trabajo a sus familiares, el 54,5% no capacita a sus colaboradores en atención al cliente; se llegaron a las siguientes conclusiones: la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior, La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar

la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las micro empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del productos nacionales.

Villacorta (2019) en su trabajo de investigación *Gestión de la 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*. Objetivo general: Determinar las características de la 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. El diseño es no experimental, transversal y descriptivo. La población de muestra fue 11 Restaurantes de la urbanización los Jardines, Obteniendo los siguientes resultados. El 91% de los representantes de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el término atención al cliente. El 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. El 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente para que regrese. El 64% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación. El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindan



una buena atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: El 91% tienen de 1 a 5 trabajadores El 64% conocen atención al cliente. El 100% aplican la gestión de calidad en la atención al cliente. El 92% si es fundamental la atención al cliente para que este regrese. El 82% brindan una buena atención al cliente. El 36% una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores.

### **Locales**

Vasallo (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Agencias Movistar Móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016* este trabajo tuvo como objetivo determinar si las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano, del distrito de Chimbote, 2016 aplican las herramientas de gestión de calidad en sus procesos administrativos esta investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva y de diseño no experimental – transversal para llevar a cabo la investigación se escogió una muestra de 13 micro y pequeñas empresas de una población de 15, a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados. El 69% tienen de 31 a 50 años de edad, El 62% son masculinos, El 54% su grado de instrucción es técnica, El 77% son dueños y el 69% desempeñan en el cargo más de 7 años. El 85 % tiene más 7 años de permanencia, El 69 % tiene de 1 a 5 trabajadores y el 100% su objetivo de creación es generar ganancia. El 92 % conoce gestión de calidad y la técnica atención al cliente. El 92% la gestión de calidad ayuda a mejorar el negocio. El 62% la mala atención es por una mala organización, en conclusión la mayoría de los representantes, están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, tiene superior no universitario.

Permanecen y son dueños más de 7 años, tienen de 1 a 5 trabajadores y su objetivo es generar ganancia, La mayoría absoluta Sí conocen el término Gestión de Calidad, La totalidad conoce la herramienta de atención casco urbano, del distrito de Chimbote, 2016. Aplican las herramientas de al cliente y esto los ayuda a alcanzar las metas de su negocio.

Rodríguez (2017) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Y como objetivo dedujo determinar la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016 como metodología esta investigación fue tipo descriptivo – correlacional, nivel aplicada, de diseño no experimental/ transversal y tuvo como resultado que se utilizó una muestra de 266 clientes de una población de 214, 804 a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a la Gestión de Calidad: Los clientes consideran que el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. El 64,7% considera que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad. Respecto a la atención al cliente: El 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. El 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende

bien a los clientes. El 64,7% menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno. Respecto a la fidelización: El 67,7% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos. El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido y para concluir la gestión bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

Yzaguirre (2019) en su trabajo de investigación *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*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018. La metodología fue No experimental transversal-descriptivo, con una muestra de 12 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo como resultados: El 75% de los representantes tienen de 31 a 50 años, El 75% son de género masculino, El 58.33% tiene una instrucción superior universitario, El 66.67% son dueños, El 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, El 50% tiene 4 a 6 años en el rubro, El 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 75% tiene como objetivo generar rentabilidad, El 58.33% conoce la gestión de calidad y la técnica atención al cliente, El 66.67% indica que la gestión de calidad ayuda alcanzar sus objetivos, El 91.67% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda. Concluyendo: La mayoría absoluta de los representantes tienen 31 a 50 años y son de género masculino, su objetivo generar ingresos, aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda y le ayuda alcanzar

los objetivos, la mayoría son profesionales, dueños, tienen de 4 a 6 años de experiencia y permanencia del rubro, conocen el término gestión de calidad y la técnica atención al cliente.

Chávez (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016* esta investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una población muestral de 6 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas. Obteniéndose los siguientes resultados. El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 66,7% son de género masculino. El 50% tienen instrucción superior universitaria. El 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 50% tienen entre 6 a 10 colaboradores. El 100% se formaron para generar ganancias. El 100% de los representantes conocen del término gestión de calidad. El 50% miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 100% consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 100% aplican la gestión de calidad en el servicio. El 66,7% consideran que brinda una buena atención. Conclusiones: La mayoría de las micro y pequeñas aplican gestión de calidad en la atención al cliente, puesto que utilizan el Benchmarking y el Outsourcing, de esta manera han logrado mejorar la calidad en sus servicios.

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

### **MYPES**

Las micro y pequeñas empresas conocidas usualmente por ser emprendedoras y por brindar trabajo y aportar con la economía en el país, en la mayoría de casos son establecidas y/o constituidas por personas naturales como también jurídicas.

Ley 28015 (2003) nos dice que:

La Micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida 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 prestaciones de servicios.(p.1)

Como nos dice el párrafo anterior, al crear una Mype debeos tener en mente y muy en claro los objetivos, lo superante que puede ser mostrar un producto o servicio que cumpla con requisitos tan exactos para la satisfacción, a esto también decimos que conlleva a convertirnos en lideres para poder alcanzar un objetivo.

Mesones (2011) nos dice que “Existen pocos estudios previos que tratan sobre el crecimiento de las MYPES y de los factores que influyen sobre las decisiones acerca de su crecimiento. La mayoría de los estudios tienen a centrarse en la contribución de las empresas grandes y consolidadas más que en las de los pequeños negocios.”(p.23)

Si tuvieran mayor perspectiva acerca de las pequeñas empresas, su crecimiento sería un poco más acelerado, y su impacto ante la sociedad sería diferente, de manera que demostraríamos empresas innovadoras y actualizadas.

Barraza (2013) nos habla de que en la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el ministerio de trabajo y Promoción del empleo, tienen una gran significación porque aportan con un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin contar con el autoempleo que genera, sin embargo, el desarrollo de dichas empresas se encuentra estancado, principalmente por la falta de un sistema tributario estable y simplificado que permita superar problemas de formalidad de estas empresas y que motiven el crecimiento sostenido de las mismas. (p.1)

En el Perú demanda en gran parte las empresas informales, es un problema muy a diario y frecuente, en muchos casos por dificultades de trámite, por desconocer del proceso de formalización de ellas y por temas económicos del mismo, las pequeñas empresas aportan al país, por lo tanto se debería aportar facilidades para su proceso de crecimiento.

Ponce & Zevallos (2015) nos dicen que las MYPES constituyen un creciente sector en la economía, llegando a representar en algunos países hasta el 90% de todas las unidades económicas. Tienen un gran potencial para los países en desarrollo, fundamentalmente por su contribución al PBI, la generación de empleo y la reducción de las desigualdades regionales. (p.3)

## **Gestión de Calidad**

Hoy en día la gestión de calidad está incluido en las empresas como una herramienta muy importante, hay que llevar a cabo este aspecto ya que mostrando un producto o servicio de calidad, moderno y actualizado, mostramos una buena imagen como empresa siendo conveniente para la micro empresa , a esto decimos que es importante que lo apliquen.

Arraut (2010) nos deduce que en la actualidad, las empresas no pueden considerar la innovación como un evento ocasional. Si una empresa no es capaz de transformar sus productos, su forma de producción, manejar modelos de gestión y estructuras flexibles en un contexto de incertidumbre, no será capaz de sobrevivir. (p.26)

En el párrafo anterior se menciona que para poder mantenerse en el mercado una empresa tiene que estar en constantes cambio, que se refiere a innovar, actualizarse, y mostrar nuevos productos.

García (2011) nos dice que “El sistema de Gestión de la Calidad (SGC) no es más que una serie de actividades empresariales, planificadas y controladas, que se realizan sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad”(p.13).

Como lo detalla el párrafo anterior el sistema de gestión de calidad abarca procesos establecidos que contienen estrategias para cada actividad en las que se toma en cuenta los objetivos de cada empresa.

Rubio & Uribe (2013) hablan acerca de la gestión de calidad no solo implica gestionar la calidad del producto o servicio, sino también administrar la calidad de la gestión de la organización como tal. Esto quiere decir que dentro de la gestión de calidad

se debe mejorar continuamente el proceso de gestión de la empresa reduciendo las actividades inútiles que no estén agregando valor al proceso y permitiendo de esta forma un sistema más efectivo. La gestión de calidad proporciona una herramienta para mejorar y asegurar y asegurar la calidad en todos y cada uno de los procesos de la organización. (p.27)

Nos señala que la gestión es reducir inutilidades dentro de la empresa ya que es el principal motivo de su aplicación en la empresa, donde se busca obtener mejores resultados con el tiempo y en cada proceso.

El único objetivo no solo se basa en la calidad de un producto o servicio, si no que cuenta con medios para poder obtenerla, y utiliza el control de procesos enfocado en cuatro componentes:

Uno de los procesos es el planeamiento, donde se plantea el proceso a seguir para conseguir la calidad, otro de ellos es el control, donde se supervisa constantemente para detectar a tiempo posibles fallas, asimismo el aseguramiento donde se pone a prueba el proceso y el producto obtenido, se comprueba el objetivo, y por ultimo componente es el de las mejoras, donde se realizara mejoras en el proceso con el único fin de lograr mejores resultados (Riquelme, 2017).

### **Elementos de un sistema de gestión de calidad**

Son 5 los elementos de gestión de calidad, una de ellas es la estructura organizacional, aquí hace referencia a la jerarquía de funciones y responsabilidades que pauta una empresa para alcanzar objetivos, otro de los elementos es la planificación, donde se constituye al conjunto de actividades que hace posible dibujar un mapa para lograr los



objetivos de la compañía, sea el equipo, infraestructura, dinero para invertir, personas, también encontramos los procesos , que son el conjunto de actividades que transforman materias en productos o servicios y el ultimo componente es el procedimiento , que abarca las formas de llevar a cabo el proceso, el conjunto de pasos detallados a seguir para transformar el material , ya sea en producto o en servicio ( Riquelme, 2017)

### **Principios de la gestión de calidad,**

Existen 7 principios indispensables que hay que tener en cuenta para que el Sistema de Gestión de Calidad funcione correctamente uno de ellos es el enfoque al cliente, el cual menciona que debemos siempre comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarnos para acceder sus expectativas, asimismo el liderazgo, el cual menciona que debemos de crear y mantener un ambiente laboral armónico para que de esta manera los empleadores se sientan cómodos y a gustos con ellos y de esta manera involucrarse en cumplir con los objetivos de la organización; a su vez el compromiso y competencia de las personas, el cual menciona que el total compromiso del personal permite que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización, el enfoque basado en procesos: el cual nos dice que un resultado deseado se alcanza eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se administran como un proceso, la mejora , la cual nos dice que la mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de esta, también la toma de decisiones informadas, menciona que las decisiones informadas se basan en hechos y datos para tomar la decisión de manera eficaz y finalmente la gestión de las relaciones la cual menciona que una

relación de beneficio mutuo aumenta la capacidad d ambos para crear valor (Sistemas y calidad total, 2016).

### **Atención al Cliente**

La atención al cliente es indispensable, es la relación de empresa-consumidor, mediante personas que cumplen con el buen asesoramiento y capacitación por parte de las empresas que tienen definido sus propósitos y objetivos. Sobre todo buscar satisfacer al cliente desde el momento en el que el cliente piensa en su producto.

García (2011) define que la atención al cliente se puede entender como todo aquel servicio que proporcionan las empresas (tanto las que prestan servicios como las que comercializan productos) a sus clientes, cuando necesitan: Realizar quejas, reclamaciones o sugerencias, expresar inquietudes o dudas sobre el producto o servicio adquirido requerir información adicional hacer uso del servicio técnico servicio al cliente puede entenderse también como un concepto de trabajo, una forma de hacer las cosas, que afecta a la totalidad de la organización, tanto en la forma de atender al mismo tiempo la atención o al público externo (clientes) como al público interno (trabajadores, accionistas, etc. (p.135)

La atención al cliente principalmente busca tomar las opiniones de los clientes para así llevar acabo cambios y llegar a la solución antes los inconvenientes de los consumidores para lograr una mayor satisfacción logrando así la fidelización y preferencia del cliente hacia nuestro producto o servicio.

## **Tipos de Clientes**

Existen diversos tipos de clientes, la diversificación de estos conlleva a tomar una decisión acerca de nuestro producto o servicio ya que, no todos tienen las mismas aficiones, gustos, etc. Desde la personalidad de cada cliente, logramos definir nuestro servicio ante a población, siendo una empresa global que piensa en los tipos de clientes y las necesidades de cada uno de ellos.

Díaz (2014) nos dice que hay diferentes tipos de clientes entre ellos:

**Clientes destinatarios**, serían aquellos que no han realizado ningún contacto, que no están interesados, pero son personas a las que van dirigidas los productos o servicios que ofrecemos.

**Clientes potenciales**, son aquellos a los que aún no se les ha venido o prestado ningún servicio, pero se les tienen en cuenta como futuros clientes compradores. Sería alguien que solo se ha interesado por un producto o servicio.

**Clientes ocasionales**, aquellos que ya han tenido una relación y ha realizado compra y solicitado un servicio de forma no continuada. Podemos ubicar aquí aquellos que compran esporádicamente a los que han contactado por primera vez.

**Clientes habituales**, aquellos que compran o solicitan un servicio habitualmente. Se tratan de los clientes que mantienen la actividad económica viva. (p.154)

El párrafo anterior nos habla acerca de los tipos de clientes globalmente, siendo ellos destinatarios, potenciales, ocasionales, y habituales, estos tipos son una estructura clara de los aspectos en los que la empresa debería enfocarse para sacar al mercado un

producto, que pueda satisfacer diversas necesidades y cumplir con los gustos de cada uno de ellos.

### **Servicio al Cliente**

El servicio al cliente es muy importante, transmite la imagen como empresa, hoy en día es elemental el trato hacia el cliente, entre algunos motivos están, la competencia y la exigencia de los clientes. Este proceso de buena atención debe darse en todos los aspectos de interacción con el cliente.

Díaz (2014) nos habla de que el comportamiento de una persona encargada de la atención al cliente influirá positiva o negativamente en sus relaciones con el cliente. En estos casos se verá también afectado el servicio que se le dispense al mismo este servicio al cliente se debe entender como un conjunto de actividades (y comportamientos) que se relacionan entre sí con el objetivo de que el cliente obtenga una satisfacción en el momento y en el lugar adecuado. No solo los comportamientos antes descritos influyen (positivamente o negativamente) en el servicio al cliente. También hay aspectos como unos buenos canales de comunicación (Internet, email, chat, atención telefónica, etc.), una información clara de los productos y servicios, una buena consultoría, encuestas para mejorar la calidad del servicio, etc. Todos ellos engloban el servicio al cliente. (p.19)

En el párrafo anterior Díaz nos habla del comportamiento de la persona encargada, pues al tener un cargo tan importante, es necesario que esté preparada para cualquier situación con el cliente, y sobre todo ante una supervisión para asegurarse que su trato está siendo el adecuado.

## **Percepción del Cliente**

Hablamos de la percepción del cliente cuando, el consumidor capta la calidad del servicio de atención y su grado de satisfacción por medio de los sentidos. A esto sumamos buenos productos que podemos ofrecer hacia los compradores, de la mano de la buena percepción se lograra un posición más estable.

Tarodo (2014) Nos dice que:

Cuando un cliente entra en la empresa, la percepción de esta dependerá de una serie de aspectos como la atención que recibe, la calidad del producto o la limpieza y organización de la empresa. Estas características se organizarán como un todo en el cliente, que elaborara una imagen determinada de la empresa. El cliente tendrá en cuenta estos aspectos a partir de otros aspectos que influyen sobre su persona y que son los siguientes: Necesidades y deseos. La motivación de la persona le hace percibir aquello que le produce satisfacción.

**Expectativa.** La persona tiende a percibir aquello que le resulta más familiar.

**Cultura.** La educación y cultura que percibe una persona hace que perciba la realidad desde un punto de vista determinado.

**Estilo de vida.** Este dependerá del ambiente en el que se rodea lo que le hará percibir los de talles de una manera determinada. (p.33)

En el párrafo anterior podemos observar que las percepciones de los clientes se basan en la calidad y la satisfacción de un servicio, que trata de un proceso generador de emociones por parte de los clientes, es la forma en la que los clientes valoran el servicio

de la persona que los atendió. Podemos decir que la percepción es base fundamental para que los clientes realicen una compra.

### **La Satisfacción del Cliente**

La satisfacción del cliente viene a ser la adquisición de un producto o servicio el cual tuvo un proceso de elaboración y del cual el cliente está conforme con el resultado y que cubrió por completo sus expectativas.

Tarodo (2014) nos dice que la satisfacción del cliente es la evaluación que hace el cliente respecto a un servicio y que depende de que el servicio responda a sus necesidades y expectativas. De lo contrario, el cliente quedara insatisfecho. Para que esta definición de satisfacción del cliente sea activa en la empresa hay que entender el proceso humano que percibe el cliente para satisfacer sus necesidades. Si se entiende este proceso humano, podremos gestionar la satisfacción del cliente. Para satisfacer las necesidades de sus clientes la empresa debe poner en juego las siguientes capacidades:

**Técnicas.** Son capacidades que se satisfacen a través de necesidades objetivas e implícitas y habitualmente lo realiza el personal que no es presenciado por el cliente, aunque a veces no puede juzgar la calidad del producto por la falta de conocimientos técnicos. Cuando se satisfacen este tipo de necesidades, el comprador cumple con esta función y, en estos momentos, el cliente se siente cómodo porque ese cumplimiento y la ausencia de errores lo dan por supuesto.

**Personales.** Son capacidades que se satisfacen a través de las expectativas del cliente, lo que requiere tener unas habilidades eficaces y actitudes positivas por parte del personal de contacto con el cliente. (p.34)

Tarodo deduce que la satisfacción del cliente viene a ser esencial, la primera impresión aporta mucho, el trato, la capacidad, la información recibida conllevan a que la relación o interacción que pueda tener el que compra con el que vende llegue a ser de total satisfacción complementado así con el buen producto que puedas ofrecerles. A esto le sumamos que la empresa, opte por ser una marca diferente, una empresa actualizada dispuesta a competir con todo lo necesario para llevar a cabo una buena administración de sus recursos y lograr la satisfacción de sus comensales internamente y externamente.

### **2.3 Marco conceptual**

#### **Mypes**

Conocemos a las medianas y pequeñas por ser generadoras de empleo, por formar parte de la economía del país, por transmitir ideas emprendedoras y ejemplos de compromiso y constante trabajo arduo, usualmente la gente emprendedora son personas que quieren llevar una vida lucrativa en la cual pueda mostrar sus habilidades como persona de trabajo y en otros casos personas que estas dispuestas a llevar al mercado productos innovadores, al alcance de todos , utilizando estrategias, métodos e ideas de forma empírica.

#### **Gestión de Calidad**

La gestión de calidad abarca desde el producto que muestras y que tal impacto pueda generar en el mercado, se dice que al gestionar los proceso para un producto de calidad, hace referencia a las necesidades de los clientes, que ante esto un estudio de mercado, lo cual en el proceso tiene que ser calificado y controlado para saber en qué

aspecto podemos mejorar y aplicar rigor a nuestro producto y ser más exigente con los resultados.

### **Atención al Cliente**

La atención al cliente es un servicio que todas las organizaciones brindan por obligación, ya sea productos o servicios, teniendo en cuenta su importancia y a la vez la satisfacción de cada comensal. La importancia empieza realizando mejoras en nuestro personal, por tanto deben tener los principales aspectos los cuales también se encuentra en la vida cotidiana tales como, una persona con buen trato, facilidad de palabra, amabilidad y sobre todo una persona con poder de convencimiento. La satisfacción del cliente es un objetivo el cual todas las organizaciones tienen, a esto se asocia requisitos que el personal debe cumplir para obtener dicho objetivo. Conocer la respectiva opinión de cada cliente contribuye a la corrección de ciertos ámbitos de la atención al cliente y de esto ayudamos al posicionamiento de la empresa con calidad de servicio, tener siempre presente el nivel de satisfacción de los compradores es beneficioso ya que de esto dependerá su camino al éxito.

### **Satisfacción del cliente**

El cliente deposita sus expectativas en un producto o servicio específico, este producto o servicio, es el indicado para el cliente ya que el cliente lo ha escogido, a la vez es muy importante ya que con la satisfacción logramos la fidelización, ya que al obtener



un producto que cubra nuestras expectativas y necesidades, confiamos reiteradas veces en el mismo producto ya sea por la marca o por el precio u otros motivos de compra.

### **Cliente**

Se considera a la persona que compra algún producto o adquiere un servicio elaborado y vendido por una empresa o el servicio de un profesional, reiteradas veces por motivos de la manera de elaboración o satisfacción para cubrir sus necesidades.

### **III Hipótesis**

En este trabajo de investigación titulado Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes de Productos Hidrobiológicos (cevicherías), Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017 no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

#### **IV. METODOLOGÍA:**

##### **4.1 Diseño de la Investigación:**

El tipo de Investigación que se utilizó para el desarrollo en el siguiente trabajo de investigación fue cuantitativo.

Fue cuantitativo porque se utilizó instrumentos de medición y evaluación. El nivel de investigación en este proyecto fue descriptivo.

Fue descriptivo porque en el trabajo de investigación titulado Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas Sector Servicio Rubro Restaurantes de Productos Hidrobiológicos (Cevicherías), Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, 2017 solo se describió las características de la variable Gestión de Calidad y la Técnica Administrativa Atención al Cliente así como también de las Micro y pequeñas empresas.

El diseño de este trabajo de investigación fue no experimental – transversal. Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a la variable Gestión de Calidad con el Uso de Atención al Cliente, es decir solo se observó el fenómeno tal y como se presenta dentro de su contexto, conforme la realidad, sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal porque el trabajo de Investigación La Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas sector Servicio – en el Rubro Restaurantes de Productos Hidrobiológicos (Cevicherías), Casco Urbano del distrito de

Nuevo Chimbote se realizó en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin , específicamente el año 2017.

#### **4.2 Población y Muestra:**

##### **Población**

Se utilizó una población de 11 Mypes del sector Servicio Rubro Restaurantes de Productos Hidrobiológicos (cevicherías), Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia Del Santa, 2017.La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.

##### **Muestra**

Como muestra se utilizó 11 Mypes del sector Servicio Rubro Restaurantes de Productos Hidrobiológicos (cevicherías), Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, 2017. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.

### 4.3. Definición y Operacionalización de la Variable:

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las MYPES	Características de los representantes de las Mypes	Los representantes de la micro y pequeñas empresas tiene las características como son la edad, genero, grado de instrucción	Edad	- 18-30 años - 31 a 50años -51 más años	Razón
			Género	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado Instrucción	- Primaria - Secundaria  -Técnico superior  -Superior -Universitario	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	-0 a 3 años -4 a 6 años -7 a más años	Razón

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de las micro y pequeñas empresas	Principales características de las micro y pequeñas empresas	En las micro y pequeñas empresas, las características son el tiempo de permanencia de la empresa, las personas	Años de pertenencia en la actividad y el rubro	-0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más	Cuantitativo
			Número de trabajadores	-De 1 - 5 trabajadores -De 6 a más trabajadores	Cuantitativo
			Las personas que trabajan en su empresa son	-Familiares -Personas no familiares	Nominal
			Motivo de creación de la empresa	- Generar ganancias - Subsistencias	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	Conjunto de acciones que son necesarias para promover la confianza de un producto o servicio pues el objetivo es satisfacer una calidad.	Los representantes de la micro y pequeñas empresas tiene las características como son la edad, genero, grado de instrucción	Conocimiento del término de Gestión de Calidad	-Si -No	Nominal
			Dificultades Implementación de la Gestión de calidad	-Poca iniciativa -Aprendizaje lento -No se adapta a los cambios -Desconocimiento del puesto -Otros.	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento	-La observación -La evaluación -Escala de puntuación -Evaluación de 360°. -Otros	Nominal
			Contribución de la gestión de la calidad en la mejora del rendimiento del negocio	- Si - No	Nominal

			Técnicas Modernas de gestión de Calidad	- Marketing - Benchmarking - Atención al cliente - Selección del personal. - Liderazgo - Planeamiento estratégico - Mejora continua  - Outsourcing  -Neuromarketing - Entre otras.	Nomina l
--	--	--	--	--	-------------

#### 4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica que se utilizó para la recolección de la información fue la encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas, cuyas opiniones son fundamentales para la investigación. La técnica de la encuesta se aplicó a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Restaurantes de Productos Hidrobiológicos (Cevicherías), Casco Urbano del Distrito de Nuevo Chimbote, 2017.

El instrumento que se utilizó en esta investigación fue el cuestionario el cual está estructurado con 23 preguntas dirigidas al representante de las Micro y Pequeñas empresas y sobre la variable gestión de Calidad en Atención al Cliente. Las preguntas fueron de tipo dicotómicas de intervalo, de alternativa múltiple, etc.



#### **4.5 Plan de Análisis:**

Para el plan de análisis se aplicó las encuestas a los representantes, también hallamos mediante estas, las características de las micro y pequeñas empresas en el rubro cevicherías, de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Microsoft Excel, luego se procedió a elaborar las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas y porcentajes estadísticos para luego interpretarlos de la manera adecuada, luego se elaboró el análisis de resultados para lo cual se utilizó el programa Word y luego el programa PDF , respecto a este trabajo se verifica mediante el uso del TURNITIN para evitar las similitudes.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Enunciado del Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnica e Instrumento
<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las MYPES del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las MYPES del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>1. Determinar las características de los representantes de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017.</p>	<p>Gestión de Calidad con el uso de Atención al Cliente</p>	<p><b>Población:</b> Se utilizó una población de 11 Mypes del sector Servicio Rubro Restaurantes de Productos Hidrobiológicos (cevicherías), Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote, 2017. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Fue de tipo cuantitativo porque serán analizados estadísticamente, lo cual se podrá medir.</p> <p><b>Nivel:</b> Fue descriptivo – aplicativo porque sólo se describirá las características más relevantes de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y de la variable en estudio Gestión de calidad con el uso de Atención al Cliente.</p> <p><b>Diseño:</b> Fue no experimental, transversal y descriptivo porque los datos recolectados se realizó sin manipular deliberadamente a la variable Gestión de Calidad con el uso de Atención al Cliente, es</p>	<p><b>Técnica</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario</p>

	<p>2. Especificar las características de las MYPES del sector servicio, rubro (cevichería) Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017.</p> <p>3. Describir las características de una gestión de calidad en la atención al cliente de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías) Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote</p>		<p><b>Muestra:</b></p> <p>La muestra está compuesta por 11 Mypes del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías) del Casco Urbano del distrito de Nuevo Chimbote.</p>	<p>decir, sólo se observó a la variable y las técnicas administrativas tales y como se presentan dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fue transversal porque los estudios se desarrollaron en un espacio de tiempo determinado los cuales tuvieron un inicio y un fin.</li> <li>- Fue descriptivo porque sólo se describirá las características más relevantes de las Micro y pequeñas empresas, representantes y la variable en estudio Gestión de Calidad con el uso de atención al cliente.</li> </ul>	
--	--	--	---	---	--

#### **4.7 Principios éticos**

**Protección a las Personas:** Protección porque toda la información recibida de cada uno de los representantes de las micro y pequeñas empresas, será correctamente utilizada, a través de un consentimiento informado, y la total confidencialidad de su identidad, reglamentando la dignidad, integridad y protección a las personas que participan en este proyecto de investigación.

**Libre Participación y derecho a estar informado:** Las personas participantes de este trabajo de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de esta investigación así como tuvieron la libertad de participar en ella.

**Beneficencia y No Maleficencia:** Porque de esta manera en este trabajo de investigación se buscara beneficiar a todas las personas que accedieron a dar información sobre el rubro enfocado, los cuales servirán para estudios futuros buscando aplicar nuevas herramientas.

**Justicia:** Porque durante este proceso de investigación, recolección de información se asegura el trato justo y transparente a cada uno de los participantes de manera equitativa y en absoluta reserva.

**Integridad Científica:** Para este proyecto de investigación se han tomado en cuenta las medidas preventivas y riesgos asociados desde el inicio del proceso de recolección de datos hasta el término de su ejecución.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017*

<b>Características</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad del encuestado</b>		
18 – 30 años	2	18.18
31 – 50 años	7	63.64
51 a más años	2	18.18
Total	11	100.00
<b>Género del encuestado</b>		
Masculino	5	45.45
Femenino	6	54.55
Total	11	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	4	36.36
Educación Básica	2	18.18
Superior no universitaria	5	45.45
Superior universitaria	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	4	36.36
Administrador	7	63.64
Total	11	100.00
<b>Tiempo que se desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	2	18.18
4 a 6 años	4	36.36
7 a más años	5	45.45
Total	11	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017

**Tabla 2**

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017.*

<b>Características</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Tiempo en el rubro</b>		
0 – 3 años	1	9.09
4 - 6 años	6	54.55
7 años a mas	4	36.36
Total	11	100.00
<b>Número de Trabajadores</b>		
1 - 5 trabajadores	10	90.91
6 - 10 trabajadores	1	9.09
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	11	100.00
<b>Colaboradores en su empresa</b>		
Familiares	5	45.45
Personas no familiares	6	54.55
Total	11	100.00
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar ganancia	6	54.55
Subsistencia	5	45.45
Total	11	100.00

**Fuente:** cuestionario aplicado a las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017

**Tabla 3**

*Características de Gestión de Calidad en atención al en micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017.*

<b>Características</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Conocimiento del termino Gestión de Calidad		
Si	7	63.64
No	2	18.18
Tiene poco conocimiento	2	18.18
Total	11	100.00
Conocimiento de las técnicas modernas de gestión de calidad		
Benchmarking	2	18.18
Atención al Cliente	7	63.64
Empowerment	2	18.18
Las 5 c	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00%
Dificultades en la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	0	0.00
Aprendizaje lento	1	9.09
No se adapta a los cambios	5	45.45
Desconocimiento de puesto	0	0.00
Otros	5	45.45
Total	11	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del persona		
La observación	1	9.09
La evaluación	7	63.64
Escala de puntuación	3	27.27
Evaluación de 360	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	11	100.00
Contribución de la gestión de la calidad en el rendimiento del negocio		
Si	9	81.82
No	2	18.18
Total	11	100.00

Continúa...

Contribución de la gestión de Calidad en los objetivos y metas trazadas de la empresa		
Si	8	72.73
No	3	27.27
A veces	0	0.00
Total	11	100.00
Conocimiento del término de Atención al Cliente		
Si	7	63.64
No	4	36.36
Tengo Cierta Conocimiento	0	0.00
Total	11	100.00
Aplicación de la Gestión de Calidad en el servicio que brinda		
Si	7	63.64
No	0	0.00
A veces	4	36.36
Total	11	100.00
Importancia de la atención al cliente para la fidelización del cliente		
Si	8	72.73
No	3	27.27
Total	11	100.00
Herramienta que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	3	27.27
Confianza	2	18.18
Retroalimentación	6	54.55
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00
Principales factores para la calidad al servicio		
Atención personalizada	4	36.36
Rapidez en la entrega de los productos	6	54.55
Las instalaciones	1	9.09
Ninguno	0	0.00
Total	11	100.00

Continúa...



La atención que brinda a los clientes		
Buena	8	72.73
Regular	3	27.27
Malo	0	0.00
Total	11	100.00
Motivos para considerar una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una mala organización de los trabajadores	4	36.36
Si brindan una buena atención al cliente	7	63.64
Total	11	100.00
Resultados que se ha logrado brindando una buena atención al cliente		
Cientes Satisfechos	4	36.36
Fidelización de los clientes	5	45.45
Posicionamiento de la empresa	2	18.18
Incremento de Ventas	0	0.00
Total	11	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017

## 5.2 Análisis de Resultados

### **Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017**

Edad: De las Mypes estudiadas se establece que el 63.64% de los representantes encuestados en su mayoría son personas adultas; es decir que su edad fluctúa entre 31 y 50 años de edad, esta cifra concuerda con Antúnez (2016) ya que en su informe de investigación encontró que el 72.7% tiene una edad entre 31 y 50 años, también encontramos que se coincide con Chávez (2018), Vasallo (2018) e Yzaguirre (2019) ya que se encontró que el 50%, el 69% y el 75% de los representantes de las Mypes tienen una edad entre 31 y 50 años. Esto concluye en que la mayoría de los representantes se encuentra entre los 31 y 50 años de edad.

Género: El 54.55% de los encargados de las Mypes estudiadas son de sexo femenino, lo que contrasta con Antúnez (2016) ya que en su trabajo de investigación obtuvo que el 63.6% son del sexo masculino, por otro lado también vemos que contrasta con Vasallo (2018), Chávez (2018) e Yzaguirre (2019) ya que el encontró que el 62%, el 66.7% y el 75% son del sexo masculino. Esto nos ayuda a deducir y considerar la poca participación de los representantes del sexo Femenino a diferencia del Masculino.

Grado de instrucción: El 45.45% de los encuestados afirma que terminaron con sus estudios superiores no universitarios, lo que coincide con Vasallo (2018) ya que en su trabajo de investigación obtuvo que 54% tiene estudios superior no universitario, lo que contrasta con Antúnez (2016), Chávez (2018), e Izaguirre (2019), ya que el encontró que el 45.5%, el 50% y el 58.33% tienen como grado de instrucción superior Universitario.

Cargo que desempeña: El 63.64% de los encuestados se desempeñan como administradores de las micro y pequeñas empresas, esto contrasta con Vasallo (2018) e Yzaguirre (2019) ya que nos dice que el 77% y el 66.67% son dueños. Esto nos da a concluir que en muchos establecimientos actualmente las personas optan por manejar su propio negocio.

Tiempo que desempeña el cargo: El 45.45% manifiestan que están en el cargo más de 7 años, lo que concuerda por lo dicho por Vasallo (2018) donde indica que 69% desempeñan en el cargo más de 7 años. Esto contrasta con Yzaguirre (2019) donde indica que el 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando en el cargo, esto se deduce en que la gran mayoría de los representantes y/o dueños no tienen más de 7 años en el rubro , indicando que algunos de ellos en esos años han ido ganando experiencia el cual han sabido conducir y sobrellevar el negocio a su cargo .

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017.**

Tiempo en el Rubro: El 54.55 de las Mypes tienen entre 4 a 6 años en el rubro esto coincide al igual que Yzaguirre (2019) con el 50%, esto coincide levemente con Vasallo (2018) y Chávez (2018) el cual tiene como resultados que el 85% y el 66.6% de sus mypes tienen más de 7 años en el rubro. Esto contrasta con Antúnez (2016) donde cabe indicar que el 68.2% tienen de 0 a 3 años en el rubro. Esto se deduce a que la mayoría de las mypes tienen entre 4 a 7 años en el rubro , con antigüedad ya están enfocados en mejoras de su negocio y en buenas alternativas el cual les ayuda diariamente a mejorar su negocio en muchos ámbitos.

Número de Trabajadores: De acuerdo a la encuestada aplicada, el 90.91 % tienen a su cargo entre 1 a 5 trabajadores esto coincide con que Antúnez (2016) con el 63.6%, Vasallo (2018) con el 69% y con Yzaguirre (2019) con el 75%, esto contrasta con Chávez (2018) con el 50% tienen entre 6 a 10 colaboradores. Esto demuestra que son suficientes 5 trabajadores como máximo para poder realizar bien su trabajo y desempeñarse.

Las Personas que trabajan en su empresa son: Las personas que laboran en la Mypes con el 54.55% no son familiares de los representantes, demostrando que no se mezcla el vínculo familiar con el trabajo para evitar algunas incomodidades y/o percances.

Objetivo de Creación: De acuerdo a los encuestados el 54.55% de las Mypes tienen como objetivo generar ganancia, esto coincide con Vasallo (2018) y con Chávez (2018), ambas con el 100%, esto coincide levemente con Yzaguirre (2019), que con el 75% tiene como objetivo generar rentabilidad. Esto nos demuestra que la mayoría crea empresas con fines de lucro.

**Tabla 3. Características de Gestión de Calidad en atención al en micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017.**

Conoce el término gestión de calidad: El 63.64 % de los encuestados si conoce el término Gestión de Calidad, esto coincide levemente con Yzaguirre (2019) con el 58.33%, y reafirmamos con Vasallo (2018) y Chávez (2018) que obtuvieron como resultado que el 92% y el 100% también conoce el termino de Gestión de Calidad. Esto nos demuestra que la mayoría de los representantes de las Mypes conoce lo que es Gestión de calidad, o por lo menos tiene una idea concisa de lo que puede significar, esto sería beneficioso para ellos por estar conscientes de que brindan o producen un producto o servicio con calidad.

Que técnicas modernas de gestión de calidad conoce: El 63.64% conoce la técnica moderna Atención al Cliente esto coincide con Vasallo (2018) que indica que el 92% conoce la técnica de Atención al Cliente, al igual que Izaguirre (2019) con 58.33%. Esto demuestra que la mayor parte de los dueños saben acerca de la Atención al cliente y por lo tanto están en constantes supervisión para que este aplique de una manera necesaria.

Que dificultades tiene en la implementación de Gestión de Calidad: El 45.45 % no se adapta a los cambios, esto demuestra que una de las principales razones es que los colaboradores estuvieron laborando en alguna empresa no parecida al rubro y se les hace difícil desenvolverse en otros.

Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce: El 63.64% conoce la evaluación como técnica para evaluar al personal, esto contrasta con Chávez (2018) donde nos dice que el 50% miden el rendimiento del personal a través de la observación. Esto demuestra que tanto como la evaluación y la observación son técnicas que cualquier representante o administrador tiene incluido para saber si su personal está siendo eficiente.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: El 81.82 afirma que si contribuye al igual que Chávez (2018) con el 100% afirmando que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa: El 72.73 la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa, esto coincide con Yzaguirre (2019) que indica que el 66.67% que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos del negocio, al igual que Chávez (2018) donde el 100% asegura los mismo. Esto determina que definitivamente la gestión de calidad es de suma importancia para la empresa en el sentido de objetivos y metas trazadas.

Conoce el término de Atención al Cliente: El 63.64% si conoce el termino de Atención al cliente esto coincide con Villacorta (2019) con el 64%. Esto nos demuestra que la mayoría de los representantes si tiene conocimiento del término Atención al cliente de forma teórica.

Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes: El 63.64 % afirmo que si aplica la gestión de calidad, esto coincide con Antúnez (2019) con el 59.1% y con Villacorta (2019), Yzaguirre (2019) y Chávez (2018) donde reitera que el 100%, El 91.67% y el 100% de los encuestados aplican la gestión de calidad en la Atención al cliente. Esto nos da a concluir que la gran mayoría de los representantes aplica la gestión en el servicio que da a sus clientes.

Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento: El 72.73 afirma que si es fundamental, esto coincide levemente con Villacorta (2019) donde el 92% asegura que la atención al cliente es indispensable para que los consumidores puedan regresar al lugar.

Que herramienta utiliza para un servicio de calidad: El 54.55% usa la retroalimentación para que puedan brindar un servicio de calidad, esto contrasta con Villacorta (2019) donde el 64% de los representantes usan la comunicación, Esto demuestra que tanto como la retroalimentación y la comunicación son herramientas importantes para el servicio de calidad.

Principales factores para la calidad de servicio: El 54.55 % tiene como principal factor la rapidez en la entrega de los productos, esto nos da a conocer que la rapidez es un factor indispensable para la comodidad del cliente.

La Atención que brinda a los clientes: El 72.73% afirma que Brinda una buena atención al cliente, esto coincide con Villacorta (2019) donde el 82% también brinda una buena atención al cliente y esto coincide levemente con Chávez (2018) que indica que el 66.7% también tienen la buena atención, esto demuestra que la mayoría de los representantes brinda una buena atención.

Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente: El 63.64% si brindan una buena atención al cliente esto contrasta con Villacorta (2019) donde indica que el 36 % dan una mala atención por la mala organización de los trabajadores, esto también contrasta con Vasallo (2018) donde el 62% también es por la mala organización, esto tiene como conclusión que la mala organización puede pasar una mala jugada en la empresa y tener desventajas al momento de brindar algún servicio de la empresa ya sea esta la atención hacia el cliente entre otras.

Resultados que se ha logrado brindando una buena atención al cliente: El 45.45 % de los encuestados comentan que se ha logrado la fidelización de los clientes con la buena atención al cliente, ya que en muchos aspectos la atención que brindamos al cliente es la



primera imagen de la empresa, de cómo se elabora el plan dentro de la empresa y lo transmiten a sus clientes.

## **VI. Conclusiones:**

La mayoría de la edad de los representantes de los encuestados tienen entre 31 y 50 años de edad, la mayoría son de género femenino la mayoría de ellos tienen un grado de instrucción superior no universitaria. Y en mayoría desempeñan el cargo de administradores, la mayoría de los encuestados tienen en promedio de 0 a 3 años en el cargo.

La mayoría de los representantes de las Mypes tienen una permanencia de 4 a 6 años en el rubro, y tienen a su cargo de 1 a 5 trabajadores, la mayoría de las personas que trabajan en su empresa no son familiares, y la mayoría tienen como objetivo de creación generar ganancia.

La mayoría de los representantes de las Mypes si tiene conocimiento del termino de gestión de calidad, si utilizan como técnicas modernas la atención al cliente, una de las dificultades de los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan al cambio, en gran mayoría de los representantes utilizan la evaluación como técnica para medir el rendimiento del personal, y consideran que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, también considera que la gestión si les ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, la mayoría de las Mypes si conoce el termino de atención al cliente, la mayoría si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, la mayoría si cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento, la herramienta que utilizan para un servicio de calidad es la retroalimentación, casi todos consideran que

la rapidez en la entrega de los productos como factor principal para la calidad al servicio, la mayoría brinda una atención buena a sus clientes, y casi todos consideran que está brindando una buena atención al cliente, la minoría de los resultados que ha logrado al brindar una buena atención al cliente es la fidelización de los clientes.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

De acuerdo a los resultados que hemos obtenido se recomienda que deberían potenciar el conocimiento de los representantes acerca de la atención al cliente de manera práctica, también sobre gestión de calidad y sobre algunos otros temas que influyan para su empresa.

Implementar estrategias de crecimiento organizacional en el negocio, que sean útiles para que puedan crecer como empresa, quizás más adelante poder plantear alternativas de expansión de negocio ya que con experiencia a los negocios ya constituidos; las estrategias estarán más claras y más concisas al momento de su aplicación y así lograr una buena gestión.

Analizar el mercado para llegar a comprender las necesidades de los clientes , optar por un método de recolección de datos para llegar a una conclusión y poder aplicar diversas alternativas de gestión y así también se podrá saber cuántas personas están de acuerdo con la atención que brinda , y también analizar diversos puntos para la mejora de la empresa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre Durand, L. (2013). *El servicio de calidad de los restaurantes y la satisfacción del cliente en el distrito de la unión – dos de mayo 2013 (licenciatura)*. Universidad De Huánuco. Recuperado de: [http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/101/lisbeth\\_tesis\\_titulo\\_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/101/lisbeth_tesis_titulo_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Antúnez, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Arraut, C. (2010) La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/206/20619966002.pdf>
- Barragán, V.S. (2016) Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora. Recuperado de : <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11384>
- Barraza, B. J. S. (2013). *Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Quipukamayoc, 13(25), 127-131. Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433>
- Chávez P, E. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016*. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9189/GESTION\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_CLIENTE\\_CHAVEZ\\_PAREDES\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9189/GESTION_CALIDAD_ATENCION_CLIENTE_CHAVEZ_PAREDES_.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Díaz, F. M. J. (2014). *Atención básica al cliente: manual teórico*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4184455&query=Atenci%25C3%25B3n%25Bb%25C3%25A1sica%25Bal%25Bcliente%253A%25Bmanual%25Bte%25C3%25B3rico>.
- García, C. M. J. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3211429&query=Gesti%25C3%25B3n%25Bde%25Bla%25Batenci%25C3%25B3n%25Bal%25Bcliente%25Fconsumidor>
- Gomes, A. (2019). *Problemática en España*. Recuperado de: <http://www.ticpymes.es/autonomos/noticias/1101138025204/pymesespanolas-no-crecen-podrian.1.html>

- Ley, N. (2003). 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de: [https://scholar.google.com.pe/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=Ley+N%C2%B0+28015&btnG](https://scholar.google.com.pe/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Ley+N%C2%B0+28015&btnG)
- Maroto, S. (2014). *La gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa de insumos agrícolas rey agro*. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6948/1/tesis007%20%20%20Gesti%C3%B3n%20de%20Empresas%20Agr%C3%ADcolas%20y%20manejo%20de%20poscosecha%20-CD%202019.pdf>
- Mesones, A. (2011). *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (Mypes)*. Recuperado de: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/4126-15740-1-PB.pdf>
- Ponce, R.F & Zevallos, V. E (2015) La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): no solo factible, sino accesible. Recuperado de: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/download/19050/19264>
- Ravelo, J. (2012). *Las mypes en el Perú. Strategia, (26), 45-47*. Recuperado de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/3952-Texto%20del%20art%C3%ADculo-15066-1-10-20130101.pdf>
- Riquelme, M. (2017). La Importancia De La Gestión De La Calidad. Obtenido de La Importancia De La Gestión De La Calidad: <https://www.webyempresas.com/laimportancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- Rodríguez, G.Y. (2017) Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2170/GESTION\\_CALIDAD\\_RODRIGUEZ\\_GALARRETA\\_YENNY\\_EUDOCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2170/GESTION_CALIDAD_RODRIGUEZ_GALARRETA_YENNY_EUDOCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rubio, G. G., & Uribe, M. M. E. (2013). *Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: una aplicación para las grandes superficies*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5350242&query=Modelo%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20calidad%20en%20el%20servicio%20al%20cliente%253A%20una%20aplicaci%C3%B3n%20para%20las%20grandes%20superficies.%20%20>
- Saavedra, M. L., & Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. Actualidad contable faces, 11(17). Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/257/25711784011/>

- Salinas, G. (2013). *Dificultades de las pymes en Colombia*. Recuperado de: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/3784/Las%20dificultades%20de%20las%20Pymes%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20Colombia%20para%20lograr%20ser%20competitivas%20y%20sosteni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SÁNCHEZ, E. (2017). *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de gualan, zacapa*. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Sánchez y La fuente, A. C. (2011). *Servicio y atención al cliente en restaurante (uf0259)*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3211590&query=Servicio%20By%20Batenci%25C3%25B3n%20Bal%20Bcliente%20Be n%20Brestaurante%20B>
- Sangama, A. (2010). *Mypes en Perú*. Recuperado de: <http://archivo.peru21.pe/noticia/331925/problema-mype-informalidad>
- Sistemas y calidad total. (2016). Obtenido de Los 7 Principios de Gestión de la Calidad Recuperado de : <http://www.sistemasycalidadtotal.com/calidad-total/los-7-principios-de-gestion-dela-calidad/>
- Tarodo, P. C. (2014). Comunicación empresarial y atención al cliente. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3229607&query=comunicacion%20Bempresarial%20By%20Batencion%20Bal%20Bclie nte%20Btarodo%20B>
- Tello, S. (2014). Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. Recuperado de: <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/623/0>
- Ugaz Barrantes, C. E. (2014). *Influencia de la formalización de las mypes en la determinación de los costos de producción en las empresas del sector calzado del distrito el porvenir, provincia de Trujillo, departamento de la libertad*. Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5992>
- Upela (2015). *PYMES y profesionales “pensar de manera global volviéndose flexibles”*. Recuperado de: <https://www.upela.com/es/blog/pme-ecommercants-penser-mondial-en-devenant-flexible-74.html>
- Vasallo Saldaña, T. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Agencias Movistar Móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote*. Recuperado de:

[http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_f6919bc87f1dc261db1825b915d79298/Description#tabnav](http://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_f6919bc87f1dc261db1825b915d79298/Description#tabnav)

Villacorta Aredo H. E (2019). *Gestión de la 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.* Recuperado de: [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 Ventura, E. I (2019). *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.* Recuperado de: [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)



## ANEXO N° 01

### Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2017				Año2018								Año 2019			
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I			
		Me s				Me s				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X	X	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									X							

7	Elaboración del consentimiento informado										X							
8	Recolección de datos											X						
9	Presentación de resultados																	
10	Análisis e Interpretación de los resultados												X					
11	Redacción del informe preliminar													X				
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X				
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														X	X		
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																	X
16	Redacción de artículo científico																	X

## ANEXO N°02

### Presupuesto

<b>Presupuesto de desembolso (Estudiantes)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>Número %</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
<input type="checkbox"/> Impresiones	15.00	2	30.00
<input type="checkbox"/> Fotocopias	7.00	4	28.00
<input type="checkbox"/> Empastado	100	1	100.00
<input type="checkbox"/> Papel bond A-4 (500 hojas)	4.00	1	4.00
<input type="checkbox"/> Lapiceros	4.00	1	4.00
<b>Servicios</b>			
<input type="checkbox"/> Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
<input type="checkbox"/> Pasajes para recolectar información	150.00	1	150.00
<b>Sub total</b>			
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			316.00
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
<input type="checkbox"/> Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.0 0	4	120.00
<input type="checkbox"/> Búsqueda de información en base de datos	35.0 0	2	70.00
<input type="checkbox"/> Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.0 0	4	160.00
<input type="checkbox"/> Publicación de artículo en repositorio institucional	50.0 0	1	50.00
<b>Sub total</b>			
<b>Recurso humano</b>			
<input type="checkbox"/> Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.0 0	4	252.00
<b>Sub total</b>			
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			652.00

<b>Total (S/.)</b>			968.00

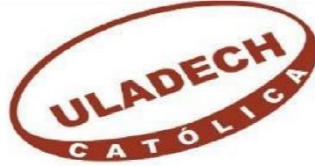
### ANEXO N° 03

#### Cuadro de Sondeo

N°	Razón Social	Dirección	Nombre del Dueño o Encargado
01	Don Cangrejo	Urb. Mariscal Luzuriaga Mz. C Lte., Calle 5, Nuevo Chimbote	Nelida Verastegui Cabanillas
02	El marino Rest	Av Brasil 85, Nuevo Chimbote	Genaro Vasquez Javier
03	El salpreso	Urb. Canalones D2-68 Nuevo Chimbote	Paulina Villafana Chauca
04	Mar y Mar	Casuarinas G- 2 Lt 18	Marilu Fajardo Sanchez
05	La concha abierta	Las Casuarinas - Nuevo Chimbote	Jenny Castro Ruiz
06	Los delfines	Av. Pacífico B1-4, Nuevo Chimbote	Esteban Solorzano Castillo
07	Pa pikart	Urb. pacifico k2-68, Nuevo Chimbote	Juan Gutierrez Gonzales
08	Ceviche con calle	Avenida Brasil 85, Nuevo Chimbote	Rolando Julca Gonzales
09	Cevicheria omega 3	Mercado Buenos Aires, Nuevo Chimbote	María Risco Pajuelo
10	Señor marisco	mz c2 lt 1, Av. Argentina, Nuevo Chimbote	Florentina Boca Cotos
11	Las Maruchitas	C2. Lote 9, Av. Argentina, Nuevo Chimbote	Gina Albarrán Sáenz

## **ANEXO N°04**

### **Cuestionario**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

### **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 la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), casco urbano del distrito de nuevo Chimbote, 2017. Para obtener el grado de bachiller en ciencias administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

### **I.GENERALIDADES**

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

#### **1. Edad**

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

#### **2. Genero**

- a) Masculino

b) Femenino

**3. Grado de instrucción**

a) Sin instrucción

b) 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) a 6 años

c) 7 a más años

**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) 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) no familiares.

**9. Objetivo de creación:**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

**REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD GESTIÓN DE CALIDAD**

**10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?**

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

**11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?**

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

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

- a) Poca iniciativa
- b) lento
- c) No se adapta a los cambios



d) Desconocimiento del puesto

e) Otros

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

a) La observación

b) La evaluación

c) Escala de puntuaciones

d) Evaluación de 360°

e) Otros

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

a) Si

b) No

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

a) Si

b) No

c) A veces

**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 que 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 N° 5

### Hoja de Tabulación

**Tabla 01.** Características generales de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), casco urbano del distrito de nuevo Chimbote, 2017.

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Edad</b>	18-30 años	II	2	18.18
	31-50 años	IIIIII	7	63.64
	51 a más años	II	2	18.18
	<b>Total</b>	<b>II-IIIIII-II</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Género</b>	Masculino	IIII	5	45.45
	Femenino	IIIIII	6	54.55
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIIIII</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Grado de instrucción</b>	Sin instrucción	IIII	4	36.36
	Educación básica	II	2	18.18
	Superior no universitaria	IIII	5	45.45
	Superior universitaria		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIII-II-IIII</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Cargo que desempeña</b>	Dueño	IIII	4	36.36
	Administrador	IIIIII	7	63.64
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIIIII</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
	0 a 3 años	II	2	18.18
	4 a 6 años	IIII	4	36.36

<b>Tiempo que desempeña el cargo</b>	7 a más años	IIII	5	45.45
	<b>Total</b>	<b>II-III-IIII</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 02.** Características de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), casco urbano del distrito de nuevo Chimbote, 2017.

<b>Presupuestos</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Permanencia de la empresa en el rubro</b>	0 a 3 años	I	1	9.09
	4 a 6 años	IIII	6	54.55
	7 a más años	III	4	36.36
	<b>Total</b>	<b>I-IIII-III</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Número de trabajadores</b>	1 a 5 trabajadores	IIIIIIII	10	90.91
	6 a 10 trabajadores	I	1	9.09
	11 a más trabajadores		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Personas que trabajan en su empresa</b>	Familiares	IIII	5	45.45
	Personas no familiares	IIII	6	54.55
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIII</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Objetivo de creación</b>	Generar ganancia	IIII	6	54.55
	Subsistencia	III	5	45.45
	<b>Total</b>	<b>IIII-III</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 03.** Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), casco urbano del distrito de nuevo Chimbote, 2017.

<b>Presupuestos</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Conocimiento del termino gestión de calidad</b>	Si	IIIIII	7	63.64
	No	II	2	18.18
	Tiene cierto conocimiento	II	2	18.18
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-II-II</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>	Benchmarking	II	2	18.18
	Atención al cliente	IIIIII	7	63.64
	Empowerment	II	2	18.18
	Las 5 S		0	0.0
	Outsourcing		0	0.0
	Otros		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>II-IIIIII-II</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad</b>	Poca iniciativa		0	0
	Aprendizaje lento	I	1	9.09
	No se adapta a los cambios	IIII	5	45.45
	Desconocimiento del puesto		0	0

	Otros	IIII	5	45.45
	<b>Total</b>	<b>I-IIII-IIII</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>	La observación	I	1	9.09
	La evaluación	IIIIII	7	63.64
	Escala de puntuaciones	III	3	27.27
	Evaluación de 360°		0	0.0
	Otros		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>I-IIIIII-III</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio</b>	Si	IIIIIIII	9	81.82
	No	II	2	18.18
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII-II</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa</b>	Si	IIIIIIII	8	72.73
	No	III	3	27.27
	A veces		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII-III</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Sabe que es atención al clientes</b>	Si	IIIIII	7	63.64
	No	III	4	36.36
	Tengo cierto conocimiento		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-III</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Aplica la gestión de calidad en el servicio que</b>	Si	IIIIII	7	63.64
	No		0	0.0

	A veces	III	4	36.36
<b>brinda a sus clientes</b>				
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-III</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento</b>	Si	IIIIII	8	72.73
	No	III	3	27.27
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-III</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Herramientas que utiliza para un servicio de calidad</b>	Comunicación	III	3	27.27
	Confianza	II	2	18.18
	Retroalimentación	IIII	6	54.55
	Ninguno		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>III-II-IIII</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Principales factores que utilizas para dar calidad al servicio que brinda</b>	Atención personalizada	III	4	36.36
	Rapidez en la entrega de los productos	IIII	6	54.55
	Las instalaciones	I	1	9.09
	Ninguna		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>III-IIII-I</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Como considera la atención que brinda a los clientes</b>	Buena	IIIIII	8	72.73
	Regular	III	3	27.27
	Mala		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-III</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
<b>Considera usted que se está dando una</b>	No tiene suficiente personal		0	0.0
	Por una mala organización de los trabajadores	III	4	36.36

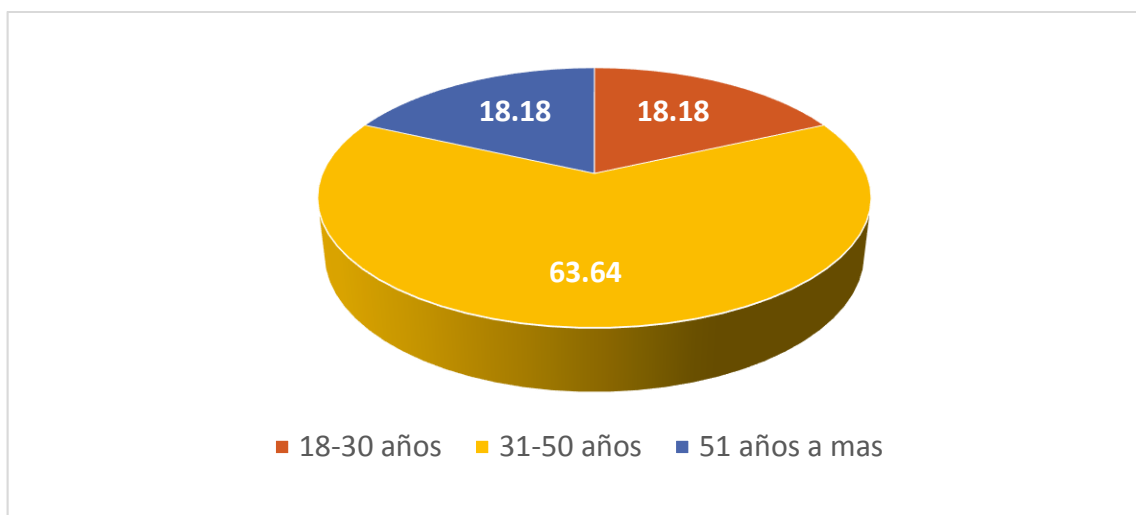


<b>mala atención al cliente</b>	Si brindan una buena atención al Cliente	IIIIII	7	63.64
	<b>Total</b>	<b>III-III</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>
	Cientes satisfechos	IIII	4	36.36
<b>Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente</b>				
	Fidelización de los clientes	IIII	5	45.45
	Posicionamiento en la empresa	II	2	18.18
	Incrementos en las ventas		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>III-III-II</b>	<b>11</b>	<b>100.0</b>

## ANEXO N° 6

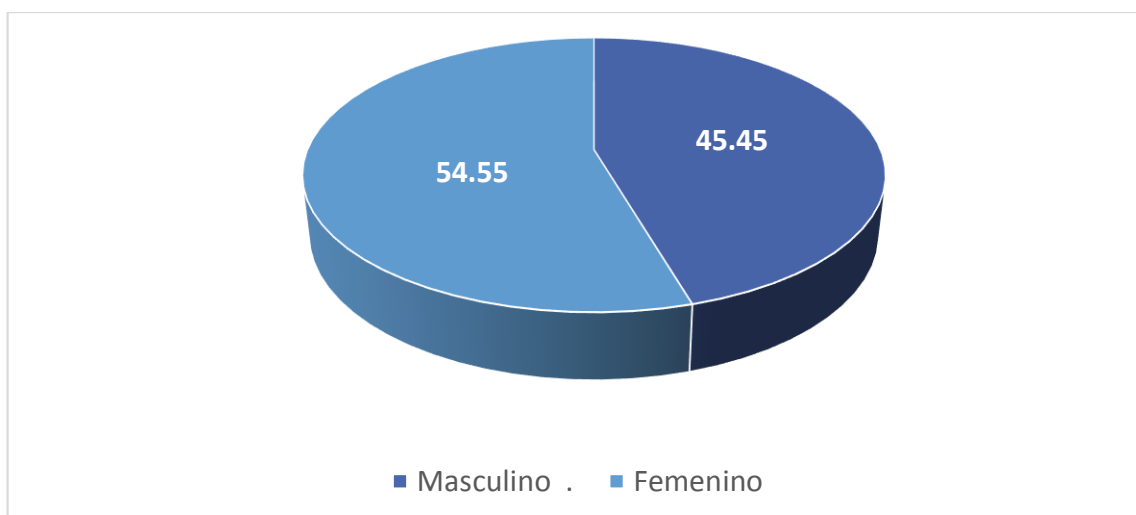
### Figuras

**Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017**



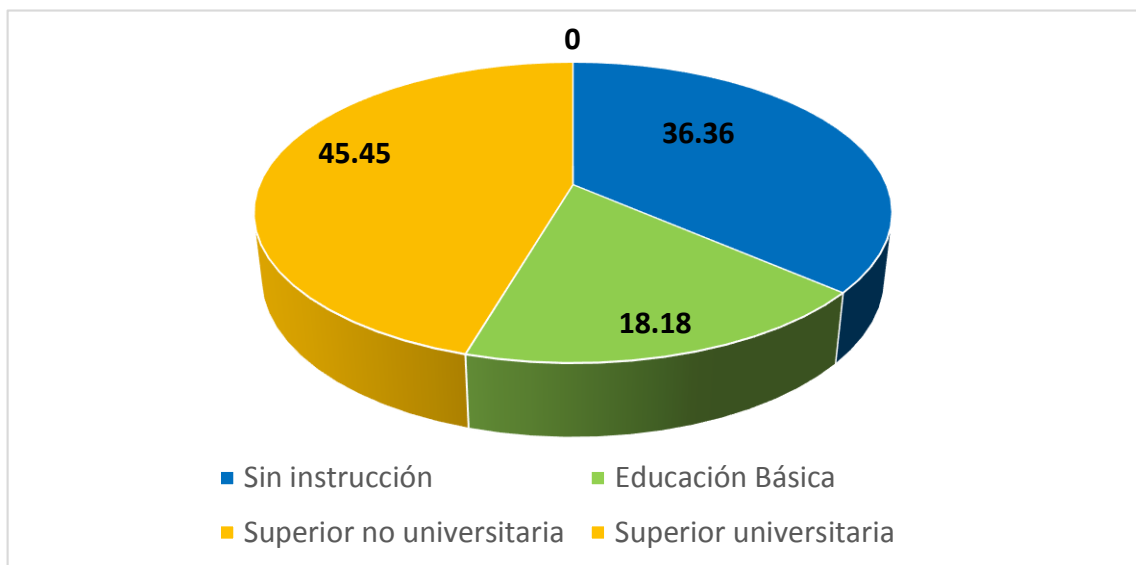
**Figura 1.** Edad del representante

**Fuente.** Tabla 1



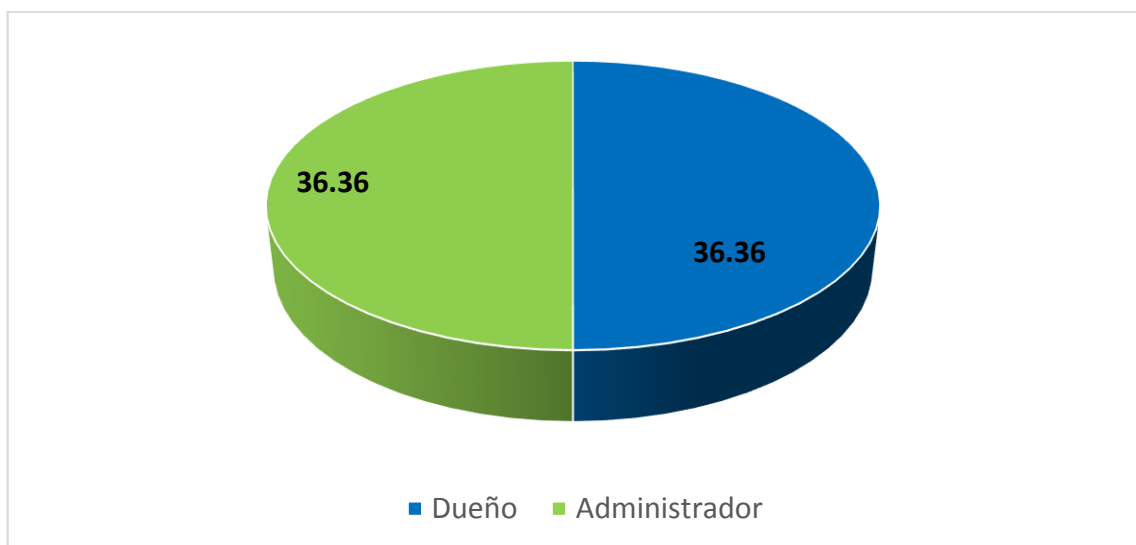
**Figura 2.** Genero de los representantes de las Mypes

**Fuente.** Tabla 1



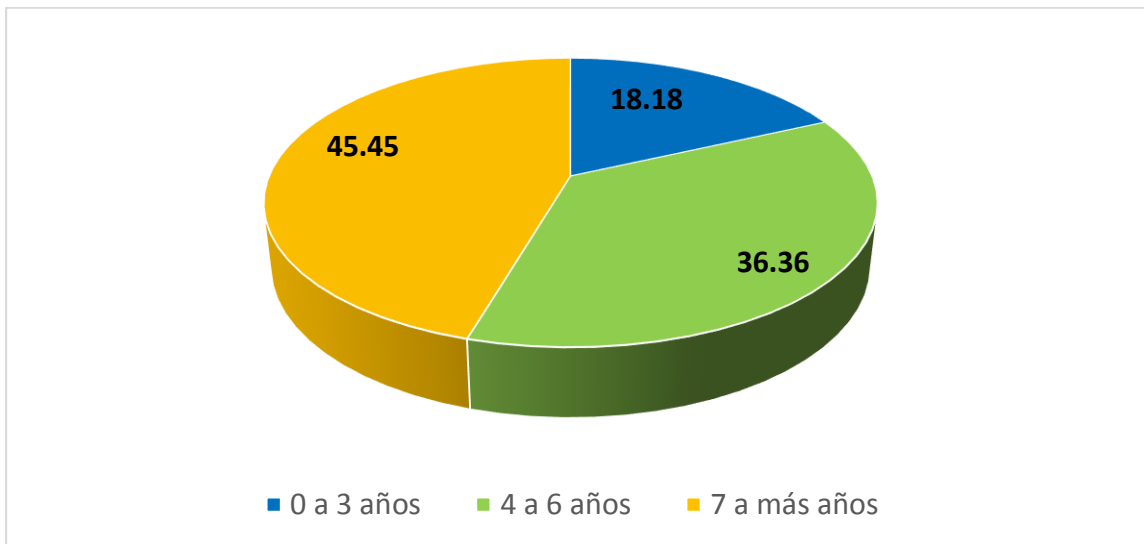
**Figura 3.** Grado de instrucción de los representantes

**Fuente.** Tabla 1



**Figura 4.** Cargo del representante

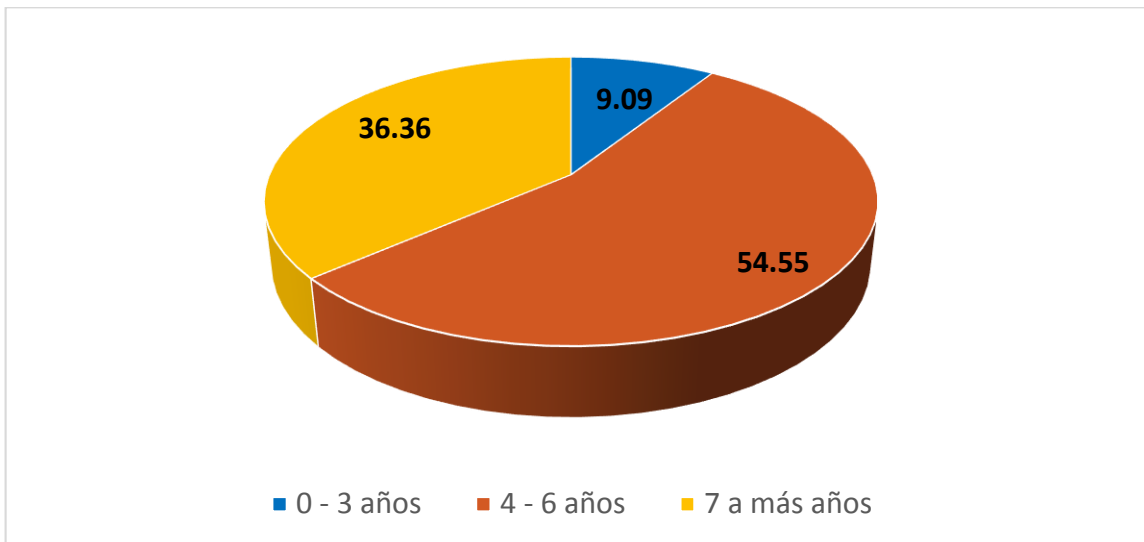
**Fuente.** Tabla 1



**Figura 5.** Tiempo en el Cargo de la Mypes.

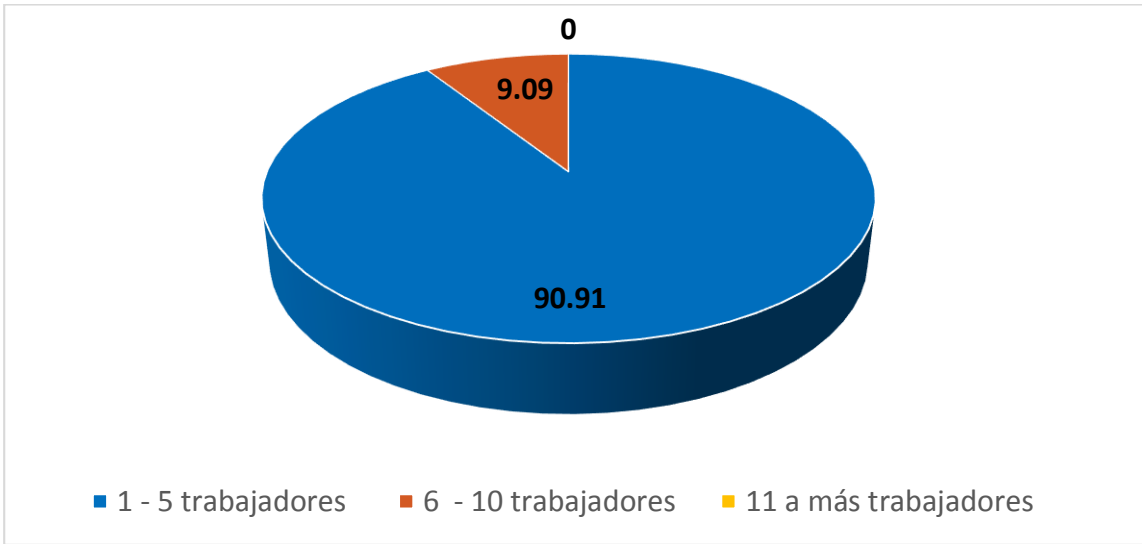
**Fuente.** Tabla 1

**Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017.**



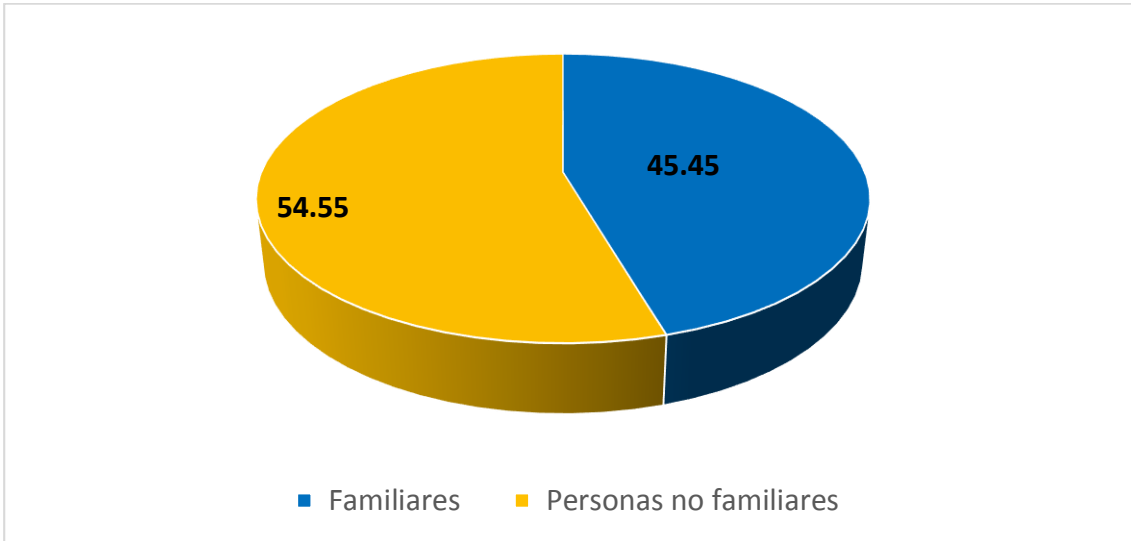
**Figura 6.** Tiempo de permanencia de empresa en el rubro.

**Fuente.** Tabla 2



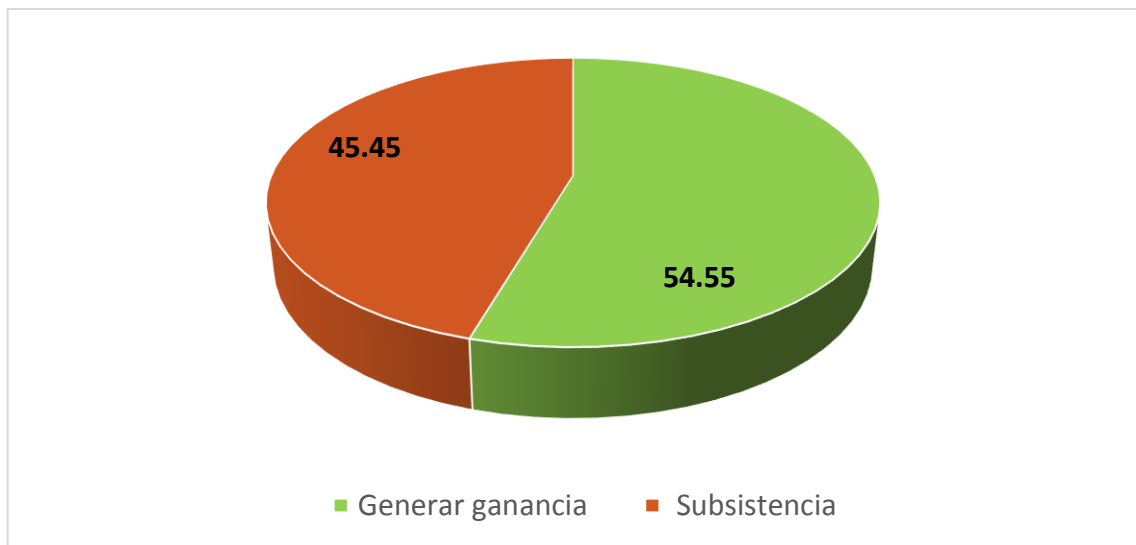
**Figura 7.** Número de trabajadores en la empresa

**Fuente.** Tabla 2



**Figura 8.** Personas que trabajan en su empresa

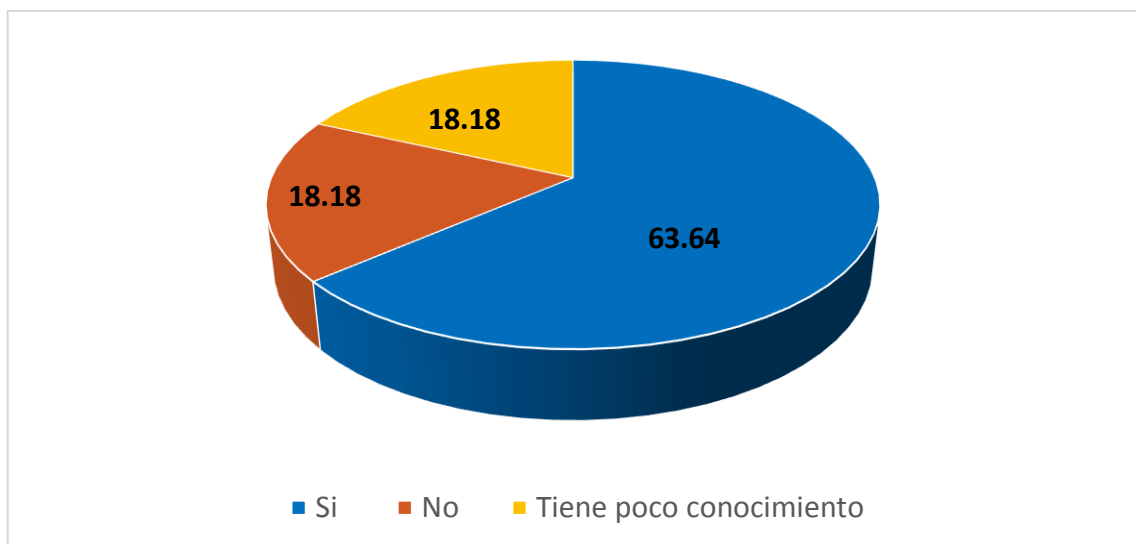
**Fuente.** Tabla 2



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

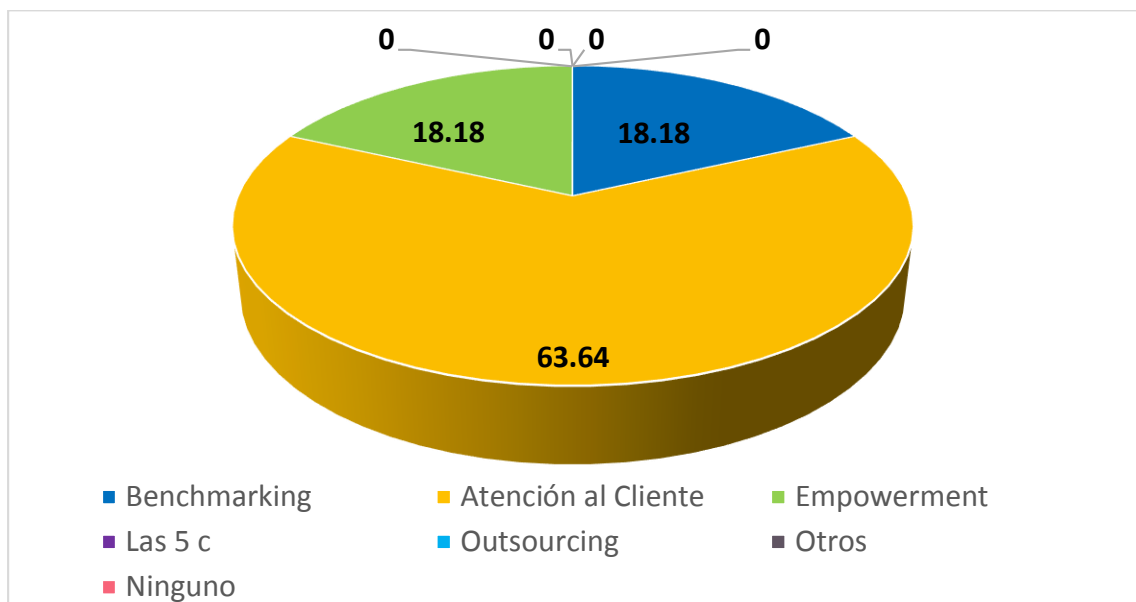
**Fuente.** Tabla 2

**Características de Gestión de Calidad en atención al en micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de productos hidrobiológicos (cevicherías), del casco urbano del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017.**



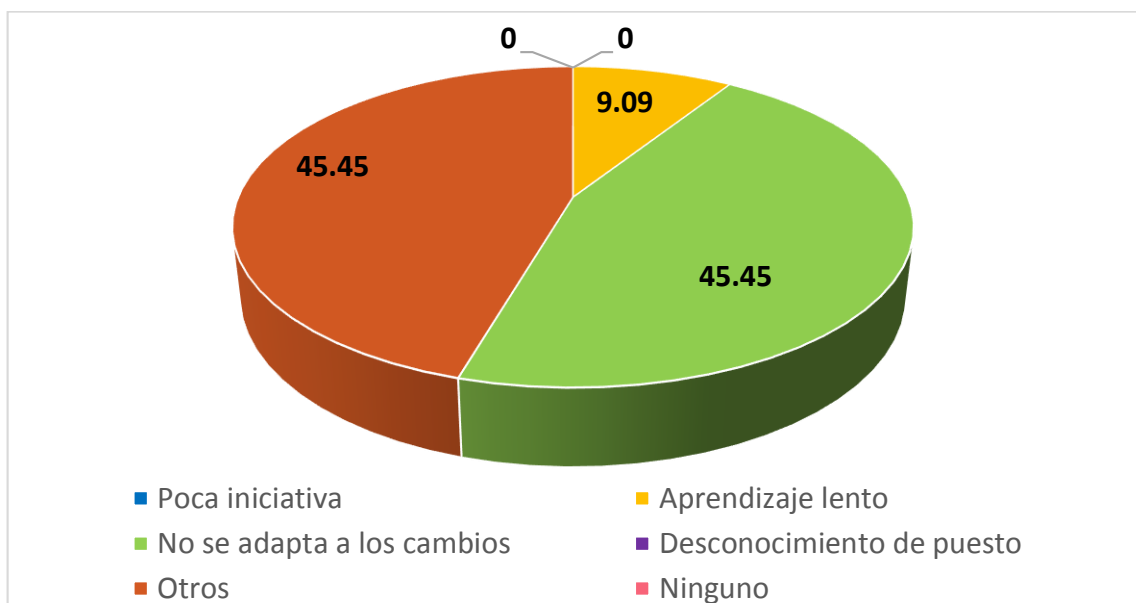
**Figura 10.** Conocimiento del término gestión de calidad

**Fuente.** Tabla 3



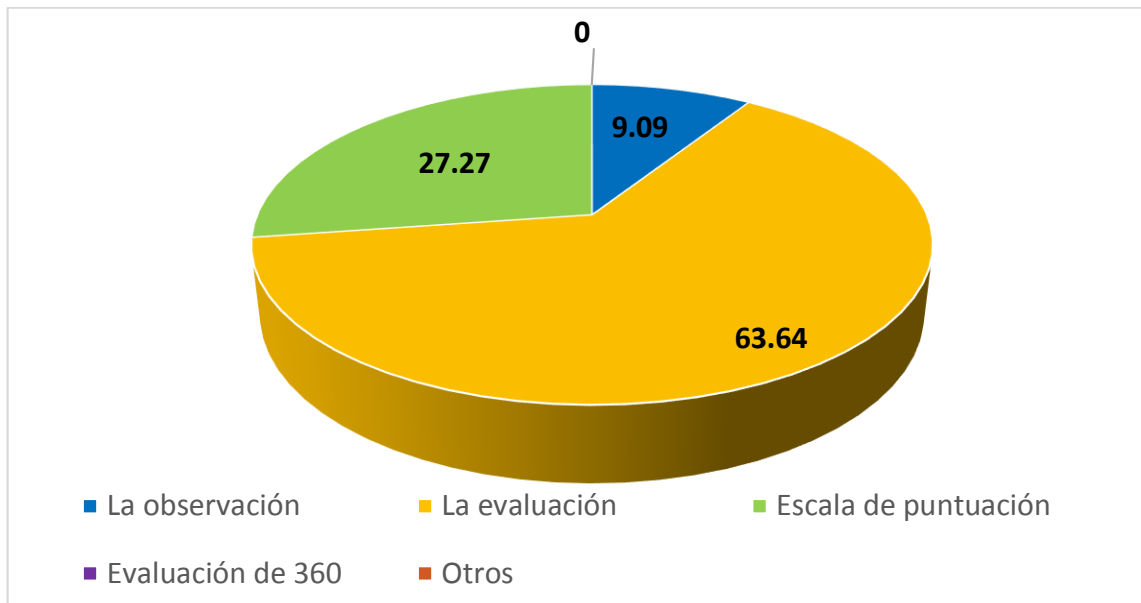
**Figura 11.** Técnicas modernas de la gestión de calidad

**Fuente.** Tabla 3



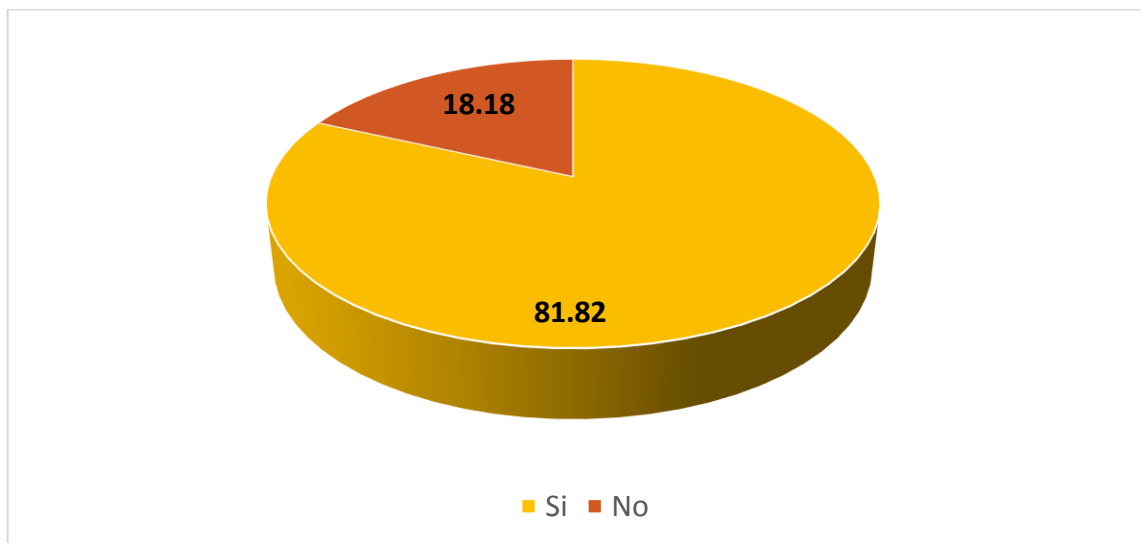
**Figura 12.** Dificultades para la implementación de gestión de calidad

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 13.** Técnicas para medir el rendimiento

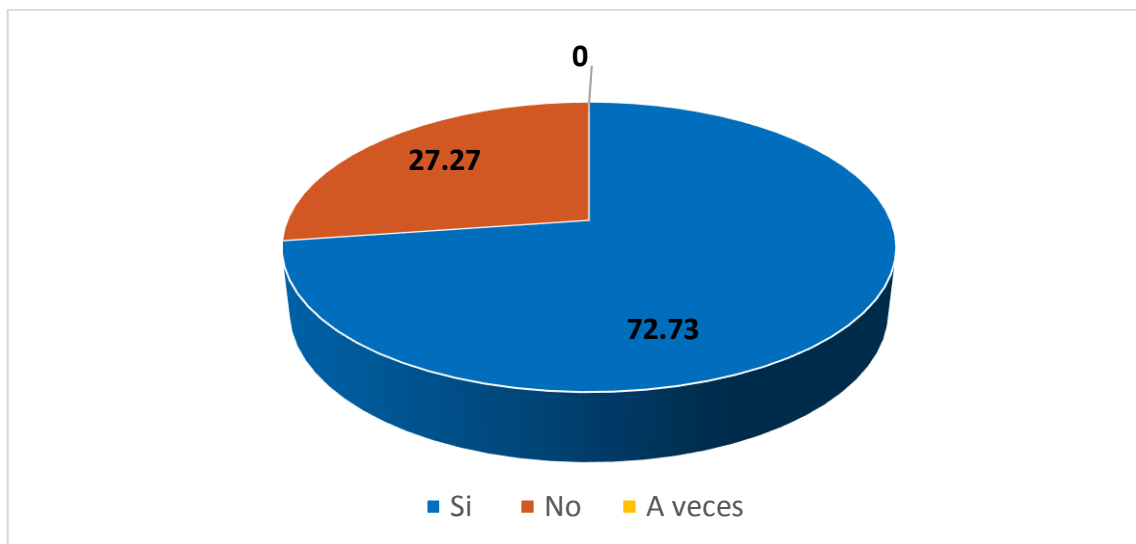
**Fuente.** Tabla 3



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

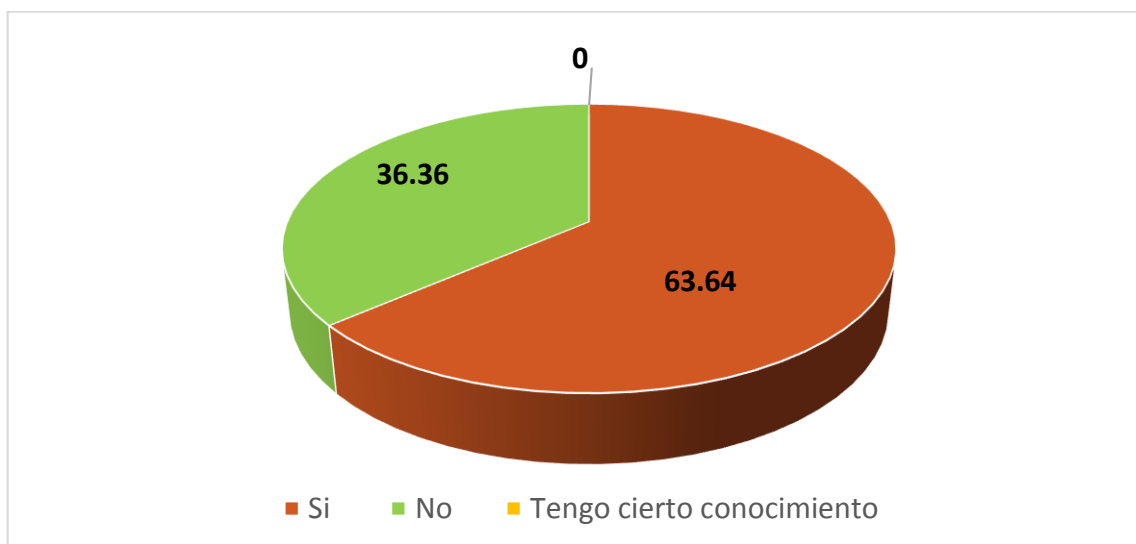
**Fuente.** Tabla 3





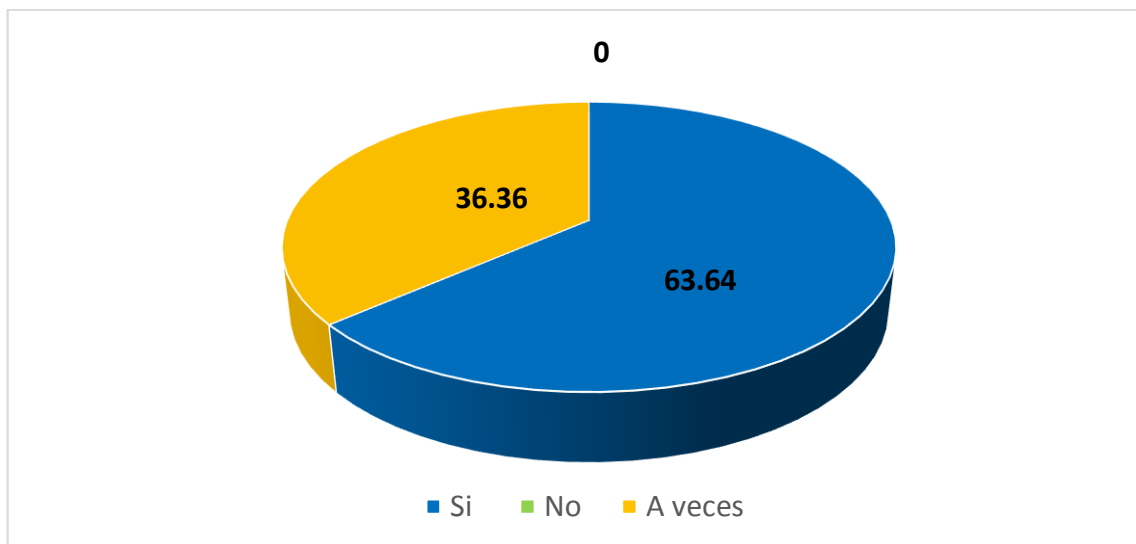
**Figura 15.** La gestión ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa.

**Fuente.** Tabla 3



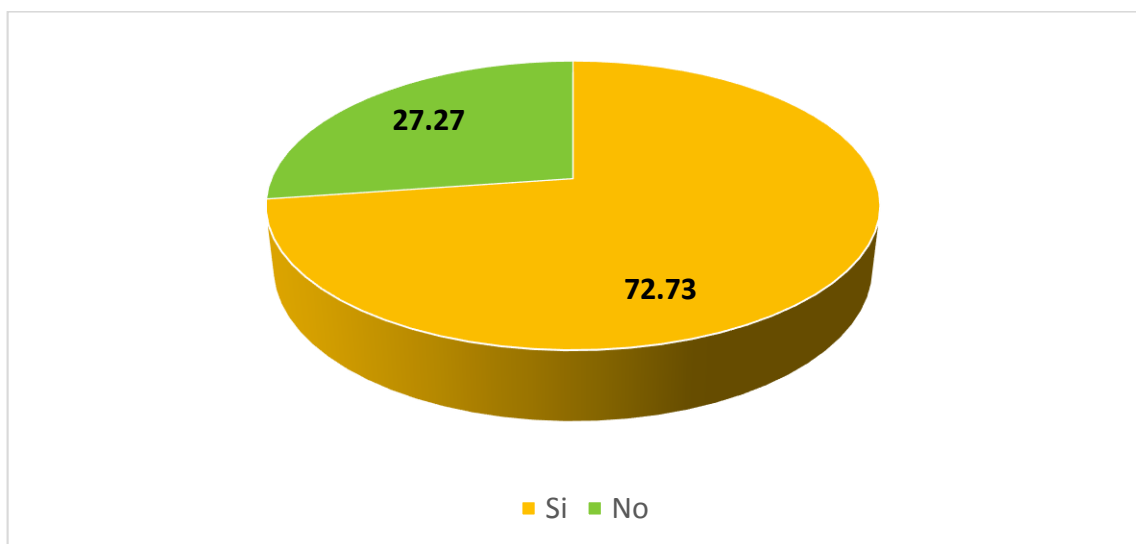
**Figura 16.** Conocimiento del término de atención al cliente.

**Fuente.** Tabla 3



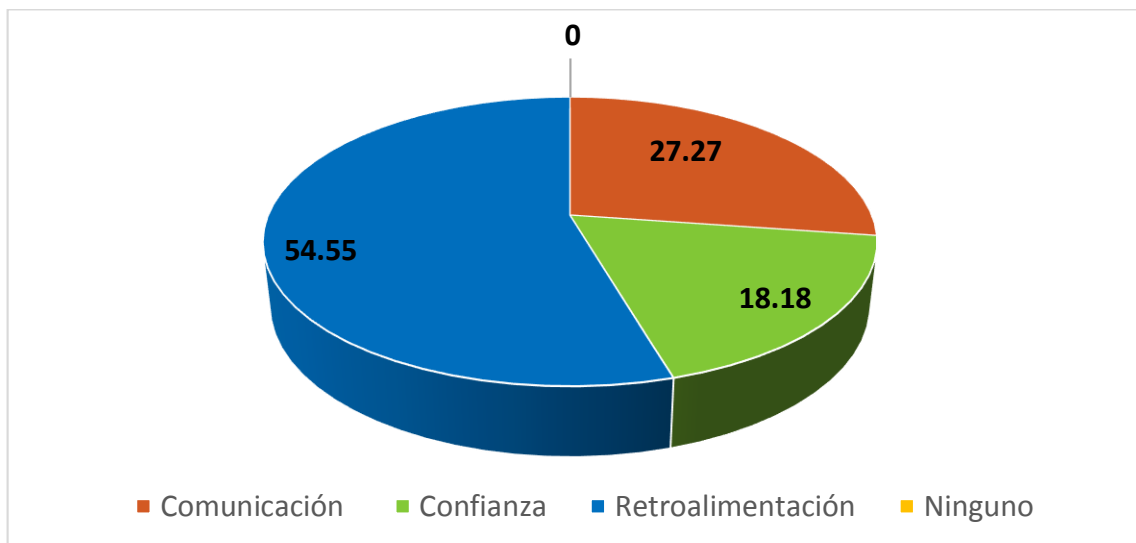
**Figura 17.** Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda

**Fuente.** Tabla 3



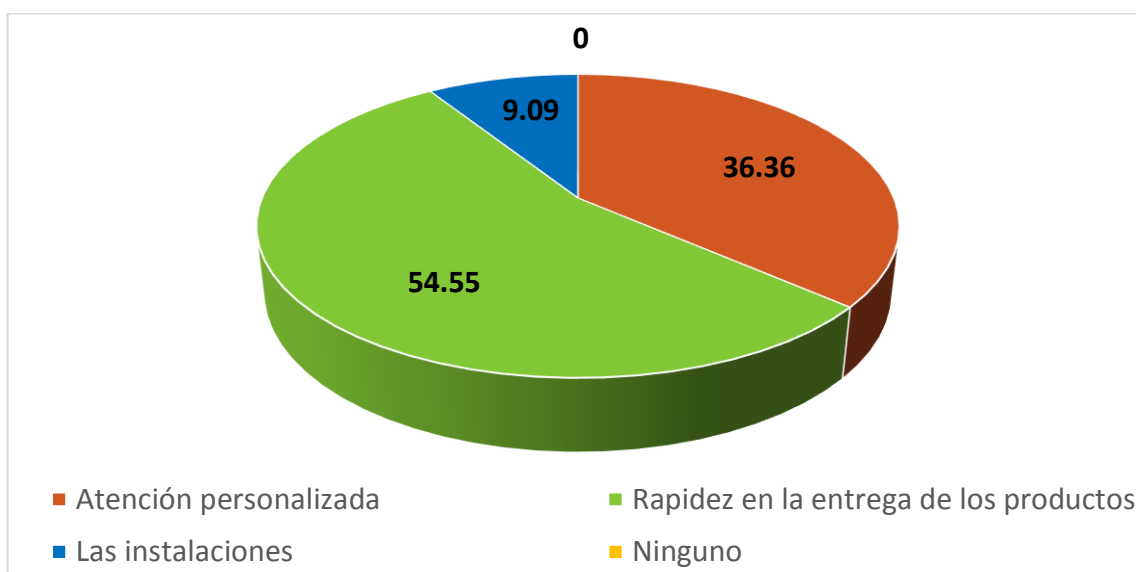
**Figura 18.** La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento.

**Fuente.** Tabla 3



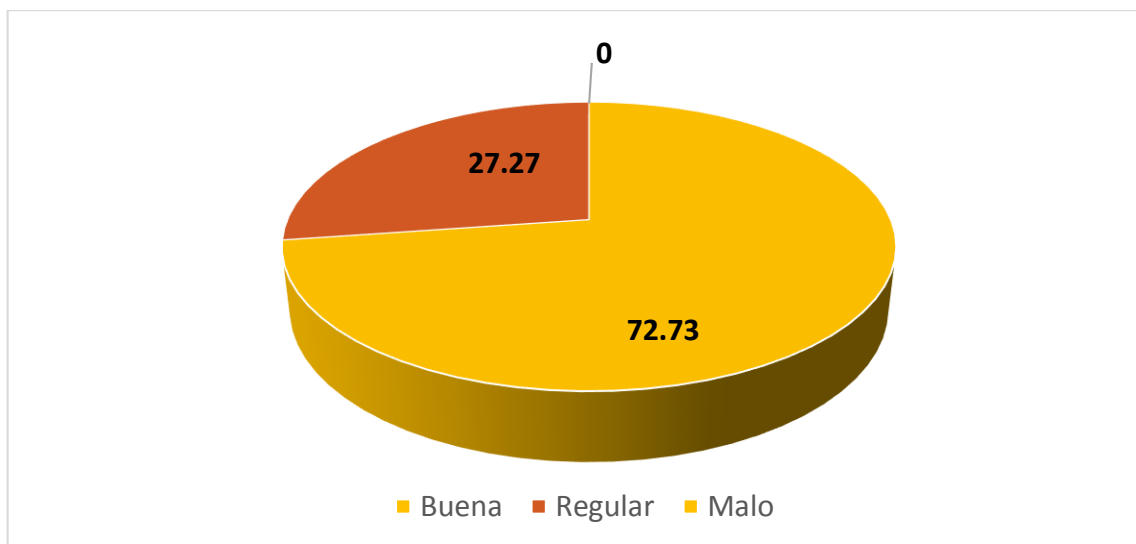
**Figura 19.** Herramienta que utiliza para una gestión de calidad

**Fuente.** Tabla 3



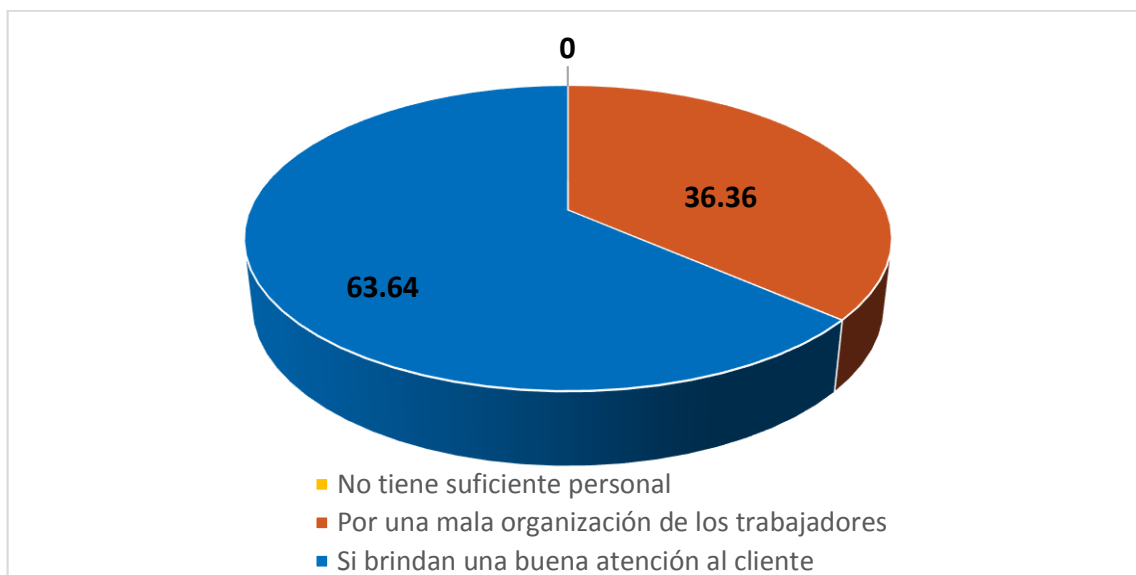
**Figura 20.** Principales factores para la calidad al servicio

**Fuente.** Tabla 3



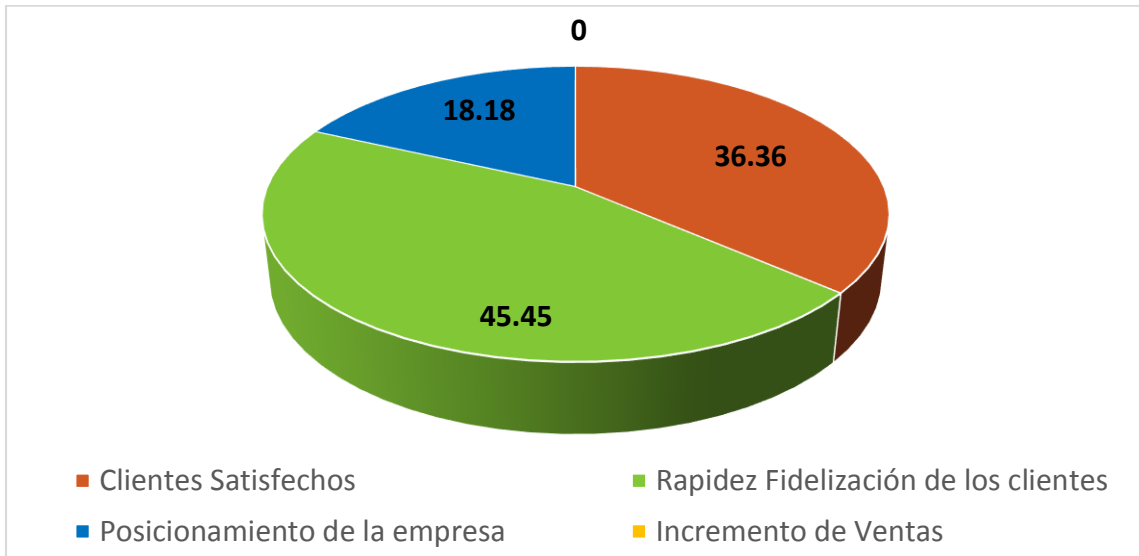
**Figura 21.** La atención que brinda a los clientes

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 23.** Motivos por los que se está dando una mala atención al cliente

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 23.** Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente.

**Fuente.** Tabla 3