



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIO RUBRO - CHIFAS EN EL CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2018.

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

AUTOR

SAAVEDRA TIBURCIO MARIELA VANESA

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

CHIMBOTE – PERU

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Saavedra Tiburcio, Mariela Vanesa

ORCID: 0000-0001-6618-6619

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estudiante de Pregrado,
Chimbote Perú.

ASESOR

Centurión Medina Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

HOJA DE FIRMA DEL JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

Centurión Medina Reinerio Zacarias

Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, por iluminarme y sobre todo brindarme salud y dándome fuerzas para no decaer en el proceso de elaboración de mi proyecto de tesis.

A mis padres Celestina Tiburcio Felipe y Roman Saavedra Valencia s quienes me brindaron su apoyo y confiaron en mi, durante el proceso de mi formación profesional.

A mi asesor Reinerio Zacarias Centurión por brindar sus conocimientos y siendo un ejemplo de superación y éxito.

DEDICATORIA

A todos mis docentes quienes aportan su conocimiento para mi desarrollo académico, gracias por los consejos brindados y por motivarme a preservar durante toda mi carrera profesional.

A mis asesores por su dedicación y constancia para pulsarme a culminar con el presente proyecto de tesis.

A mis familiares, amigos e hijo Bastian; gracias por su cariño y por permanecer a mi lado en los buenos y malos momentos.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018. El tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Se llevó a cabo en una población de 21 Mypes, y se utilizó una muestra por conveniencia de 14 Mypes, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado de 23 preguntas, obteniéndose como resultados: el 100.00 % de los representantes tienen edades de 31 a 50 años, el 85.70 % son hombres, el 57.10 % de las Mypes tiene de 1 a 5 trabajadores, el 100.00 % tuvo como objetivo de creación generar ganancias, el 100.00 % conocen el término gestión de calidad y la atención al cliente como técnica moderna de administración, el 100.00 % cree que la gestión de calidad contribuye a la mejora del negocio y describen que la atención que brindan a los clientes es buena. Se concluye: la totalidad de las MyPE son personas adultas, que en su mayoría son hombres, la mayoría tiene de 1 a 5 empleados que son familiares, en su totalidad conocen el término atención al cliente, reconocen la atención al cliente como herramienta administrativa, tienen una gestión de calidad, la atención que brindan a los clientes es buena y obtienen clientes satisfechos.

Palabras clave: Atención, Cliente, calidad y Gestión.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the characteristics of quality management under the customer service approach and improvement plan in micro and small service sector enterprises - chifas in the urban area of the district of Chimbote, province of Santa, year 2018. The type of research was quantitative, descriptive level, non-experimental - transversal design. It was carried out in a population of 21 Mypes, and a convenience sample of 14 Mypes was used, to whom the survey technique was applied and as an instrument the structured questionnaire of 23 questions, obtaining as results: 100.00 % of the representatives are aged 31 to 50 years, 85.70 % are men, 57.10 % The results were as follows: 100.00 % of the representatives are between 31 and 50 years old, 85.70 % are men, 57.10 % of the Mypes have 1 to 5 workers, 100.00 % have the objective of generating profits, 100.00 % know the term quality management and customer service as a modern management technique, 100.00 % believe that quality management contributes to the improvement of the business and describe that the service they provide to customers is good. We conclude: all the MSEs are adults, most are men, most have 1 to 5 employees who are family members, all know the term customer service, recognize customer service as an administrative tool, have quality management, the service they provide to customers is good and they have satisfied customers.

Keywords: Attention, Customer, Quality and Management.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado evaluador y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de la literatura	7
III. Hipótesis	23
IV. Metodología	24
4.1 Diseño de la investigación	24
4.2 Población y muestra.....	24
4.3 Definición y Operacionalización de Variable	25
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	32
4.5 Plan de análisis	32
4.6 Matriz de consistencia lógica	33
4.7 Principios Éticos	37
V. Resultados	38
5.1 Resultados.....	38
5.2 Análisis de resultados.....	44
VI. Conclusiones	57
Aspectos complementarios	59
Referencias bibliograficas.....	60
Anexos	65

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2018.	28
Tabla 2. Características en las micro y pequeñas empresas del servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2018.....	29
Tabla 3. Características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2018.....	30
Tabla 4. Plan de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2018.....	31

Figuras

Figura 1. Edad.....	58
Figura 2. Género.....	58
Figura 3. Grado de instrucción.....	59
Figura 4. Cargo que desempeña.....	59
Figura 5. Tiempo en el cargo.....	60
Figura 6. Tiempo de la empresa en el rubro.....	60
Figura 7. Número de trabajadores.....--	61
Figura 8. Tipo de personas que trabajan.....--	61
Figura 9. Objetivo de creación.....--	62
Figura 10. Conocimiento del termino Gestión de Calidad	63
Figura 11. Técnica moderna de la gestión de calidad conoce	63
Figura 12. Dificultades para la implementación de gestión de calidad.....	64
Figura 13. Conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal.....	64
Figura 14. Contribución de la gestión de calidad para mejorar el rendimiento del negocio.....	65
Figura 15. Logro de objetivos y metas con la gestión de calidad	65
Figura 16: Conocimiento del termino atención al cliente.....	66
Figura 17. Aplicación de la Gestión de calidad en el servicio.....	66
Figura 18. Importancia de la atención al cliente.....	67
Figura 19. Tipo de herramientas de atención al cliente que usa.....	67
Figura 20. Principales factores.....	67
Figura 21. Tipos de atención.....	68
Figura 22 Existencia de atención mala.....	68
Figura 23 Resultados de la atención al cliente.....	69

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas son la columna vertebral de la mayoría de las economías del mundo y más en los países en desarrollo son un segmento vibrante en cualquier economía en crecimiento. Muchas personas miembros de la población económicamente activa (PEA), se vuelven autónomos y forman sus propios negocios, con el objetivo de generar ganancia o subsistencia.

Es así que las micro y pequeñas en todo el mundo, son responsables de importantes oportunidades de empleo y generación de ingresos en todo el mundo y se han identificado como un importante impulsor de la mitigación de la pobreza e impulsor del desarrollo socioeconómico, dado que estas suelen emplear a una mayor proporción de los sectores vulnerables de la fuerza laboral, como mujeres, jóvenes y personas de hogares más pobres.

En China las micro y pequeñas superan alrededor de 8 millones y ocupan el 99% del total de la población, ocupando un crecimiento económico sin precedentes en los últimos 20 años en su país y en la actualidad superan ocho millones y ocupan el 99 por ciento de todas las empresas de China.

Por lo cabe destacar que las micro y pequeñas empresas se han convertido en un nuevo motor del desarrollo de la economía china. Y esto viene surgiendo desde los años 1990.

Por otro lado, a nivel regional podemos observar que en Ecuador según Muñoz (2013) los micros y pequeñas empresas dan trabajo a 75% de la población económicamente activa. Por lo que en este país se reconoce su importancia es así que Cisneros (2010) director ejecutivo de la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de

Pichincha da a conocer que las micro y pequeñas empresas son muy importancia para la economía de Ecuador, siendo el motor, y reflejándose en las ventas al año que son aproximadamente de USD 4 millones, así mismo cuenta con múltiples trabajadores que incentivan al incremento del PBI.

Por consiguiente, teniendo en cuenta que Perú tiene la economía de más rápido crecimiento en América Latina, propiciada por su diversidad única y amplia que lo ha colocado en una posición privilegiada entre otros países. Se hace notar la existencia de un gran número de micro y pequeñas empresas (MyPE) pues Según los datos obtenidos por el INEI en el año 2013 aproximadamente se detectaron alrededor de más de un millón de este tipo de organizaciones en el Perú. Si lo expresamos en cifras porcentuales: El 96.6% son micro empresas, un 3.2% viene a ser pequeñas, por último, solo el 0.2% son medianas empresas.

Estas Mypes, surgen con mucha iniciativa y compromiso, lo que le puede conllevar a convertirse en entidades más grandes, sin embargo, sabemos que la iniciativa y el compromiso por sí solo no las ayuda a crecer, por lo que se hace necesario que las Mypes puedan aplicar las técnicas modernas administrativas, dado que su crecimiento se está viendo limitado.

Para conocer los determinantes de restricciones para el crecimiento de los pequeños negocios. Se debe analizar el desarrollo de las MyPE, categorizando los problemas de las pequeñas empresas en administrativos, operativos, estratégicos y externos. Los problemas administrativos se centran en la estructura organizacional y en la habilidad para obtener y desarrollar los recursos necesarios, e incluyen temas relacionados con el personal, las finanzas y la gerencia del negocio. Los problemas

operativos tratan acerca de repartir los recursos de una manera eficiente, y son más comunes en las áreas funcionales de una empresa; como, por ejemplo, operaciones y logística. Los problemas estratégicos abarcan la habilidad de los pequeños empresarios para ajustar sus productos o servicios a la demanda externa (Harris & Gibson, 2006).

5 Los problemas externos incluyen temas de infraestructura, corrupción, tecnología y baja demanda

Hoy en día Muchas empresas independientemente de su tamaño están aplicando una de las herramientas administrativas más importantes que es “La atención al cliente”, es decir las empresas están enfocando su producto a la satisfacción de las necesidades de sus clientes., Pues han de tener en cuenta actualmente los consumidores están al pendiente de la información y existe más diversificación en cuanto a productos que puedan coincidir con sus necesidades, por ello es que actualmente los clientes presentan más exigencias en la demanda ya que si no encuentra lo que quieren, ellos optan por abastecerse en la competencia

Es así que la herramienta administrativa “atención al cliente”, es importante y cada vez más, las empresas se dan cuenta de que poner a sus clientes al frente y al centro es esencial para la retención de clientes, además transforma a los clientes en defensores de su negocio, ofrece una ventaja competitiva y ayuda a tener una gestión de calidad.

Por lo que las MyPE, no deberían dudar en aplicar esta técnica administrativa, más aún al ser ellas más cercanas a los clientes por lo que deben de ayudar a sus clientes a aprovechar al máximo su producto. La atención al cliente debe implicar responder a

las preguntas de los clientes, brindar asistencia con la incorporación, la resolución de problemas y la actualización de los clientes a un nuevo producto o servicio.

La atención al cliente en el sector servicio – rubro chifas es muy exigente, debido al gran nivel de competencia que existe. Día a día los encargados de estas empresas están en constante innovación, para poder diferenciarse una de otra. Por lo que estas MyPE, deben aplicar la herramienta administrativa Atención al cliente para obtener una gestión de calidad debiéndose enfocar en cumplir las expectativas de los clientes para poder fidelizarlos.

En el casco urbano de Chimbote se puede observar que existe un número gran número de MyPE del sector servicio –rubro chifas, estas son competencia entre sí y cada una de ellas tiene una proporción de clientes fidelizados, por lo que en la presente investigación se planteó como enunciado ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas Sector servicio – Rubro chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018? y se ha determinado como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas Sector servicio – Rubro Chifas, ubicadas en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018. Para dar respuesta al objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: definir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, Sector servicio – Rubro Chifas, en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018. interpretar las características de la Micro y pequeñas empresas, Sector servicio – Rubro Chifas, en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año

2018. identificar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, Sector servicio – Rubro Chifas, en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018 y elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – Rubro Chifas, en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

Por lo que el presente estudio se ha justificado porque dio a conocer las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro chifas del casco urbano en el centro del distrito de Chimbote y de una gestión de calidad en atención al cliente.

Finalmente, esta investigación se justifica, por que servirá como antecedente para futuros investigadores que realicen una investigación respecto a la misma variable, como también servirá para obtener el título de licenciada en Ciencias Administrativas.

La metodología que se aplicó en la investigación fue el diseño No experimental- Transversal- Descriptivo, tipo cuantitativo. Se llevó a cabo en una población de 21 Mypes, sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, y se utilizó una muestra por conveniencia de 14 de estas MyPE, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado de 23 preguntas, obteniéndose como resultados: el 100.00 % de los representantes tienen edades de 31 a 50 años, el 85.70 % son hombres, 64.30 % tienen estudio superior universitario, el 57.10 % ocupan el cargo de administrador, de los cuales el 57.10 % tienen de 0 a 3 años desempeñando el cargo, el 57.10 % de las Mypes tiene de 1 a 5 trabajadores, que en su totalidad son familiares, el 100.00 % tuvo como

objetivo de creación generar ganancias, el 100.00 % conocen el termino gestión de calidad y la atención al cliente como técnica moderna de administración, el 42.90 % tiene un personal que tiene como dificultad para implementar la gestión de calidad el aprendizaje lento. El 71.40 %, utiliza la Observación como técnica para medir el rendimiento académico, el 100.00 % cree que la gestión de calidad contribuye a la mejora del negocio y describen que la atención que brindan a los clientes es buena. Se concluye que: la totalidad de las MyPE son personas adultas, que en su mayoría son hombres, la mayoría tiene de 1 a 5 empleados que no son familiares, en su totalidad conocen el termino atención al cliente, reconocen la atención al cliente como herramienta administrativa, tienen una gestión de calidad, afirman que la atención que brindan a los clientes es buena, y precisan que los resultados que han obtenido aplicando la buena atención al cliente es tener clientes satisfechos.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Lopez (2018) En su tesis titulada: *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación del campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Y como objetivos específicos: describir los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Realizar un diagnóstico de la situación actual del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil a través de un análisis Foda, cinco Fuerzas de Porter y Pest. Realizar una investigación de campo para medir el nivel de satisfacción de los clientes en el restaurante Rachy's mediante el uso de cuestionarios y diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. La cual tuvo como metodología el tipo de investigación cuantitativo. Y cualitativa, de nivel descriptivo, utilizándose como instrumento un cuestionario de 25 preguntas. Obteniendo como conclusión: el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio, así mismo, existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio

va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente

Castro (2020) En su tesis titulada: *gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la avenida camino real del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018*. El cual tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora, en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro restaurantes, de la Avenida Camino Real del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018. La cual tuvo como metodología un diseño no experimental, transversal y de tipo descriptivo, se escogió una muestra de 10 mypes, representando el 83.00% de la población, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: que el 50.00% de los representantes tiene de 51 a más años, y que el 70.00% tiene educación secundaria, con respecto a las mypes los empresarios afirman que el 50.00% tiene de 7 a más años en el mercado, asimismo para la gestión de calidad en atención al cliente, el 50.00% tiene cierto conocimiento sobre el termino gestión de calidad, el 70.00% conoce la técnica moderna de atención al cliente, y que el 90.00% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. Donde se concluye que la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños y que la mayoría absoluta tiene de 51 a más años y que la mayoría tiene una permanencia de 7 a más años en el mercado y que la mayoría tiene cierto conocimiento sobre la gestión de calidad.

Delgado (2018) En su tesis titulada: *gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector-servicio, rubro pollerías, ubicadas en la avenida pacífico del distrito de nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “granja linda”*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector- servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Caso “Granja linda”. Se desarrolló la metodología de diseño descriptivo, no experimental, transversal. Así mismo, se obtuvo una muestra de 14 Mype, de una población de 14, dónde se aplicó un cuestionario de 23 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose como resultados: El 57% de los encuestados tienen de 18 a 30 años edad y son de sexo masculino. El 79% de las pollerías tienen de 3 a 6 años en el rubro, dónde el 71% no cuenta con un local comercial. Asimismo, se llegó a las siguientes conclusiones: La totalidad de las pollerías (100%) coinciden con el caso “Granja Linda” todos sus clientes se sienten identificados especialmente la calidad del servicio en atención al cliente; dónde la mayoría (86%) de las pollerías planifican sus actividades.

Taboada (2018) En su tesis titulada: *la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurant pollería del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. caso: pollería la granja linda*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, artículos de ferretería y fontanería en el Jr. Manuel Ruiz, distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. Se empleó la metodología de diseño

descriptivo, no experimental, transversal. Asimismo, se tomó como muestra a 30 Mype, consiguiendo como resultados: el 90% conoce lo que gestión de calidad y realiza una gestión de calidad, el 83% planifica sus actividades, el 63% considera que los clientes se sienten identificados con su empresa y no han recepcionado quejas o reclamos, el 70% cuenta con una misión y visión. Asimismo, se llegó a las siguientes conclusiones: la mayoría (70%) incluyendo el caso “La Granja Linda”, cuenta con Libro de Reclamaciones, el 93% no cuenta con otro local comercial; la mitad (50%) desempeña el cargo de encargado; la totalidad (100%) considera que su servicio es de calidad, satisface las necesidades del cliente, el personal tiene claro cuáles son sus tareas y comprende a clientes exigentes.

Tamara (2018) En su tesis titulada: *gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de materiales de construcción, artículos de ferretería y fontanería en el jirón Manuel Ruiz distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017*. El cual tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de materiales de construcción, artículos de ferretería y fontanería en el Jr. Manuel Ruiz, distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. En la metodología se utilizó un diseño No experimental-Transversal-Descriptiva. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 08 micro y pequeñas empresas de una población de 10 micro y pequeñas empresas, a los cuales se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta, Obteniéndose los siguientes resultados principales: El 50% tienen entre 31 a 40 años y el 62.5% son del género masculino; el 87.5% cuenta con un número de 0 a 3 colaboradores y el 100% considera

que una gestión de calidad en la atención al cliente si ayuda al crecimiento de la empresa. Concluyendo que: La mayoría de los representantes legales tienen entre 31 a 40 años y son del género masculino; las micro y pequeñas empresas cuentan con un número de 0 a 3 colaboradores y consideran que una gestión de calidad en la atención al cliente si ayuda al crecimiento de la empresa

Obando (2015) en su investigación *Caracterización de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis, 2015*, tuvo como objetivo general describir las principales características de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis; 2015. Para el desarrollo del presente trabajo utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva cuantitativa y diseño transeccional. Para el recojo de información identificó una población de 6210 clientes, de los cuales consideró una muestra de 362 clientes a quienes les aplicó un cuestionario de 16 preguntas cerradas por medio de la encuesta, de lo cual obtuvo los siguientes resultados: El 48% manifestaron que los conocimientos de los empleados son limitados para contestar las preguntas de los clientes, 47% expresaron que regularmente el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes y el 38% indicaron que muy pocas veces el personal del restaurante culmina el servicio en el tiempo prometido. Finalmente concluye que las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes de un tenedor del distrito de San Luis no capacita adecuadamente a su personal referente a la atención al cliente.

Antúnez (2016) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*; tiene como 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. La investigación utilizó un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 22 Mypes de una población de 26, aplico un cuestionario de 14 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 59,1% aplica una gestión de calidad. El 40,9% utiliza la mejora continua como técnica de gestión. El 50% planifica sus actividades. El 36,4 % considera el buen trato como prioridad ante sus clientes y el 59.1% cree que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y el 54,5 % no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. Finalmente concluyó: La mayoría de las Mypes encuestadas están aplicando una gestión de calidad, y usando la técnica de mejora continua, planificando sus actividades. Así mismo concluye, que se prioriza el buen trato al cliente, contribuyendo al aumento de ventas en su negocio.

2.2 Bases Teóricas

La gestión de la calidad

La gestión de calidad es un proceso fundamental para toda organización que interviene la atención al cliente, verificando que sea apto para el consumo tanto en los productos que estén en buen estado Zapatero (2016) sostiene que:

La gestión de la calidad es la función directiva que desarrolla y aplica la política de calidad a través de cuatro procesos -planificación, organización, control y mejora-, enmarcados en la dirección estratégica de la empresa. La planificación de la calidad -integrada en la planificación estratégica tiene como fin adaptar la organización a su entorno en un horizonte temporal determinado y consiste en definir los objetivos de calidad y formular las estrategias para alcanzarlos. La formulación de la estrategia tiene diferentes enfoques, pero, en todos ellos, la etapa fundamental es el diagnóstico estratégico -resultante de la utilización de diferentes técnicas de análisis interno y externo-, que proporciona el soporte para fijar los objetivos empresariales a corto, medio y largo plazo, constituyentes de la base de la planificación (p.13).

Para toda organización es importante poder planificar las diferentes actividades dentro del proceso de atención al cliente para ello se debe de conocer como la gestión de calidad puede influir para poder cumplir con las metas trazadas por la empresa, Zapatero (2016) da a conocer las actividades principales que se llevan a cabo en la gestión de la calidad:

- Determinar las necesidades de los clientes.
- Fijar los objetivos de calidad basados en las necesidades
- Desarrollar el proceso que alcance esos objetivos
- Asignar los recursos necesarios para llevar a cabo este proceso
- Evaluar el avance logrado en la concepción de los objetivos
- Identificar los problemas o puntos problemáticos del proceso
- Diagnosticar los problemas y aislar las causas

Tomar las decisiones destinadas a resolver los problemas
Realizar un seguimiento para comprobar que las medidas son efectivas
Planificar la mejora continua de la calidad. (p.21)

Calidad y seguimiento de la atención al cliente

La calidad va de la mano con la verificación de un buen proceso de atención al cliente esto se emplea en las organizaciones para mejorar un servicio. Zapatero (2016) afirma que:

Cuando una empresa toma la decisión de poner en marcha la calidad del servicio en la atención al cliente, lo primero que hace es planificar. La empresa concreta las acciones que permiten brindar un servicio competitivo en un plan que garantiza la satisfacción de las demandas que prevé recibir de todos sus clientes. (p.65)

Para poder aplicar una adecuada gestión de calidad es importante tener un cronograma acerca de los diferentes procesos de la empresa para ello Zapatero (2016) da a conocer el contenido del plan para brindar la atención al cliente:

La definición de los servicios ofertados, es decir, los tipos de servicios ofrecidos al cliente y sus características.

La demanda de cada uno de los servicios ofertados, lo que permite destinar los recursos necesarios para la ejecución del servicio ofrecido.

La comunicación con el cliente antes, durante y después del servicio. Para ello habrá que incluir técnicas, medios, contenido y forma de desarrollar la comunicación. (p.66)

Atención al Cliente

La atención al cliente es un pilar fundamental para que la organización pueda obtener clientes fieles, satisfaciendo sus necesidades para que le permita aumentar sus ventas donde hoy en día las empresas estudian minuciosamente a sus clientes para poder cubrir las diferentes necesidades que ellos tengan. Blanco (2013) define que:

El concepto de cliente es muy amplio, por lo que se pueden plantear diferentes conceptos de cliente desde las distintas funciones de la empresa. Se puede decir que la definición de cliente desde el punto de vista global de la empresa es: La persona que constituye el eje principal de toda la actividad de la empresa, por lo que es la destinataria final de todos los esfuerzos de esta última como organización. (p.191)

Satisfacción del cliente:

Es importante que toda organización pueda satisfacer a sus clientes, si es así podrá tener buen posicionamiento en el mercado. Martínez (2016) define que: “La satisfacción del cliente depende del estado de ánimo de una persona que resulta comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. Expresa luego de la adquisición del producto o servicio, los clientes presentan uno de los tres grados de satisfacción

Insatisfacción: se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio no alcanza con las expectativas del cliente

Satisfacción: se produce cuando los desempeños del producto coinciden con las expectativas del cliente

Complacencia: se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas de cliente (p. 36).

Principales motivos de no satisfacción y sus consecuencias

Si la organización sabe los motivos por el cual el cliente se siente insatisfecho, podrá mejorar los aspectos negativos previamente identificados por la empresa a través de un estudio. Díaz (2014) afirma que:

La empresa no debe nunca pretender que el 100% de los clientes estén satisfechos, ya que influyen muchos factores para que así no ocurra.

Los clientes insatisfechos pueden generarse por muchos motivos, pero hay algunos que son, al parecer, comunes entre muchos clientes insatisfechos. (p.67)

Para poder mejorar el servicio es importante saber los aspectos negativos que influyen en el servicio para no poder incurrir en esos errores para ello Díaz (2014) da a conocer las posibles causas de insatisfacción:

- Insatisfacción sobre el producto. Parece obvio que sea así, pero desgraciadamente se da con bastante frecuencia. Una mala atención al cliente. Durante todo el capítulo hemos recalcado la importancia de una buena atención.
- Incumplimiento de los plazos de envío. Los clientes suelen ser muy exigentes y normalmente quieren obtener las cosas de la forma más rápida posible. La demora es un contratiempo.
- Engaños o mala interpretación en las garantías. Se sabe que de acuerdo a Ley los productos deben tener una garantía, y además prestar las condiciones de esta no están muy claras, para que el cliente después no se lleve sorpresas.
- Los precios. Son también motivos de insatisfacción, claro está cuando suben, porque no estaban nada precisos, el precio inicial de un producto o servicio se le añaden otros productos inesperados, etc. Estos motivos son los que pueden provocar una mala satisfacción del cliente. (p.68)

La atención de quejas

Toda organización debe atender las quejas de sus clientes para poder mejorar su servicio, hay que tener en cuenta que las quejas señalan incomodidad hacia el servicio. Pero también son una oportunidad para la empresa para poder mejorar esos aspectos para ello Ongallo (2012) nos define a una queja como:

Es una declaración relativa a las expectativas que no han sido satisfechas. Pero, además, y quizás aún más importante, es una oportunidad para que una organización pueda satisfacer a un cliente insatisfecho, bien mejorando un servicio o rectificando el fallo de un producto. En este sentido, una queja es un regalo que el cliente entrega a la empresa. A la empresa le conviene abrir este paquete con mucho cuidado y ver lo que hay dentro. (p.188)

Los clientes que se toman su tiempo para protestar siguen confiando en la empresa. Los clientes que protestan, después de todo, siguen siendo clientes. En venta directa, resulta mucho más fácil marcharse a la competencia, por lo que los que se quejan están mostrando cierto grado de lealtad, o necesidad por su parte de seguir manteniendo la relación o el contacto con nosotros. (p.189)

Tipos de clientes

El cliente es la parte más fundamental para una organización sin ellos no se podría realizar las ventas cada consumidor tiene diferentes actitudes y aptitudes a la hora consumir un producto o servicio. Díaz (2014) sostiene que existen dos grandes grupos de clientes: Por su relación y por su comportamiento:

Cientes 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.

Cientes potenciales, son aquellos a los que aún no se les ha vendido o prestado ningún servicio, pero se les tienen en cuenta como futuros clientes compradores. Sería alguien que sólo se ha interesado por un producto o servicio. (p.27)

La organización debe de conocer a todos sus clientes debido a que cada uno es atendido de diferentes formas debido a sus actitudes para ello Díaz (2014) define a los clientes ocasionales como: "Aquellos que ya han tenido una relación y ha realizado compra o solicitado un servicio de forma no continuada. Podemos ubicar aquí aquellos que compran esporádicamente o los que han contactado por primera vez". (p.28)

Así como mencionado en el párrafo anterior sobre la definición de los clientes ocasionales ahora se conocerá sobre los clientes habituales que estos clientes son los más acogidos a la empresa para ello Díaz (2014) sostiene que los: "Clientes habituales, aquellos que compran o solicitan un servicio habitualmente. Se tratan de los clientes que mantienen la actividad económica viva". (p.28)

Mencionado lo anterior para Díaz (2014) señala que: "Sólo con esta clasificación de clientes no es suficiente para una buena atención. Una vez que se produce la relación (potencial, ocasional o habitual) es muy importante saber que comportamiento puede tener. Sólo conociendo ante que cliente estamos, según la relación y cuál es su comportamiento podemos dar una respuesta más adecuada." (p.29)

Para poder atender a los clientes se debe de estudiar a cada uno de ellos las formas de atenderlos para ello Díaz (2014) sostiene que los comportamientos pueden ser muy variados:

No obstante, lo expuesto en la lista suelen ser los que podemos encontrarnos. Cada uno de estos comportamientos debe tener una respuesta adecuada por parte de la persona que atiende. Por ello pasamos a explicar cada uno: cliente enterado, aquel que suele saber o quiere hacer saber de todo. Conoce muy bien el producto y lo que dice los demás poco importa. (p.29)

¿Cómo le podemos atender?

Dejándole en su exposición y repitiendo nuestros argumentos. El cliente hablador, sólo habla de sus cosas sin poner atención a lo principal.

¿Cómo actuaremos?

Escucharlo con asertividad, con simpatía y educación. Hay que intentar encauzar la conversación hacia el objetivo principal.

El cliente prepotente, el que intenta demostrar que siempre lleva la razón y contradice los comentarios de la persona que le atiende.

¿Forma de atenderlo?

Demostrarle que tenemos más educación, siendo paciente y escuchándolo.

El cliente inquieto, es aquel que parece que está físicamente pero no mentalmente. No está atento a las explicaciones.

¿Qué debemos hacer?

Intentar ser paciente y atraer su atención, después ser rápido y directo en nuestra exposición.

El cliente tímido, personas que tienen algún problema de relación, les cuesta entender lo que se les explica.

¿Cómo procederemos?

Ser paciente si tenemos que explicarle varias veces lo mismo. Demostrarle interés haciéndole participar en la conversación y cuando hable escucharlo atentamente.

Cliente desinformado, aquel que no conoce bien el producto o servicio. Está desorientado.

¿Cómo atenderlo?

Trasmitir confianza en el producto o servicio y explicarle con claridad (sin excesivo tecnicismo) la información que solicita.

El cliente agresivo, es muy exigente, pero con una actitud beligerante, habla con voz muy elevada y no se aviene a razones.

¿Cuál debe ser nuestra actitud?

Atender a sus reclamaciones con total paciencia y no entrar en su juego de descalificaciones. Si hay peligro de agresión se le debe advertir que esa actitud le llevará a mayores problemas. Que así no resolverá los problemas que le ha llevado hasta aquí. (p.30)

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Si tu servicio al cliente es eficaz y cumples con satisfacer las exigencias y necesidades del consumidor tendrán más beneficios que aquellos que aún están empezando a mejorar su servicio de atención al cliente. Guardesno (2011) define la satisfacción del cliente como: "Diversos beneficios que todas empresas pueden obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos se resumen en tres grandes beneficios, que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente". (p.72)

Para una adecuada atención al cliente se reflejará diversos beneficios para ello Guardesno (2011) sostiene que existen tres beneficios

Primer beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro

Segundo beneficio: El cliente satisfecho es aquel que comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por lo tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar en el mercado. Por tanto, toda empresa que logre la satisfacción de sus clientes obtendrá como beneficios:

La lealtad del cliente

Si las organizaciones llegan a obtener clientes fieles que se sientan identificados con la empresa refleja que el tipo de servicio es agradable Martínez (2016) da a conocer: Los tipos de canales de comunicación con el cliente: Tanto presenciales como no presenciales según Keith Davis: "Es el proceso de transmitir información y comprensión entre dos personas". Es la manera de relacionarse con otras personas a través de datos, ideas, pensamientos y valores. (p.27)

2.3 Marco conceptual

Tipos de clientes: Viene a ser el conjunto de clientes diversos a otros claro está con una diversidad de actitudes y aptitudes diferenciadas una de otros.

Lealtad: En una virtud que pocas personas adoptan hacia un bien o servicio ya sea porque al adquirirlo lo da mucha satisfacción y como premio a esto se fidelizan hacia este producto generando una lealtad sincera.

Servicio: Viene a ser lo que se ofrece hacia el público con la finalidad de satisfacer sus necesidades en este grupo de servicio encontramos varios tipos como por ejemplo servicio de transporte línea telefónica entre otra comunicación.

Consumidor: Es un individuo que presta un servicio o adquiere un producto con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

Difusión: Viene a ser la cualidad de difundir una idea a través de diferentes medios comunicativos

Satisfacción: Es una emoción adquirida por el consumidor al momento de quedar complacido a la hora de adquirir un producto o servicio

III. HIPÓTESIS

En este trabajo de investigación denominado Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia Del Santa, año 2018 no se planteó hipótesis porque esta investigación será solo descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue No experimental- Transversal- Descriptivo.

Esta investigación fue no experimental, porque se realizó sin manipular las variables en estudio.

Diseño transversal: porque los datos del diseño de la investigación fueron tomados en un tiempo y lugar determinado.

Diseño descriptivo: porque solo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio, además pretende, comprender, describir, analizar registrar así mismo interpretar la naturaleza del problema planteado.

4.2 Población y muestra

- **Población:** la población estuvo conformada por 21 micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018.
- **La muestra** es la parte representativa de una determinada población que poseen características, por lo que en el presente estudio se utilizó una muestra por conveniencia de 14 micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

4.3 Definición y Operacionalización de Variable

Variable	Definición de Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Gestión de calidad en atención al cliente	Muestra principales características de la gestión de calidad en atención al cliente	Conocimiento del termino Gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - Tiene poco conocimiento - No 	Nominal
		Conocimiento de técnicas de Gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Atención al cliente - Empowerment - Las 5c - Outsorcing - Otros - Ninguno 	Nominal
		Dificultad que tienen los trabajadores que impidan la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje Lento - No se adapta los cambios - Desconocimiento del puesto - Otro 	Nominal

Continua...

Variable	Definición de Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La Observación - La Evaluación - Escala de Puntuaciones - Evaluación de 360 grados - Otros 	Nominal
		Contribución de la gestión de calidad para mejorar el rendimiento del negocio:	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Alcance de los objetivos y metas trazadas con la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - A veces - No 	Nominal

Continúa ...

Variable	Definición de Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
		Conocimiento del termino de atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - Tengo cierto conocimiento - No 	Nominal
		Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes:	<ul style="list-style-type: none"> - Si - A veces - No 	Nominal
		Importancia de la atención al cliente para el crecimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal

Continúa ...

Variable	Definición de Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Confianza - Retroalimentación - Ninguno 	Nominal
		Factores para la calidad de servicio:	<ul style="list-style-type: none"> - Atención de personalizada - Rapidez en la entrega del producto - Las instalaciones - Ninguna 	Nominal
		Atención que brinda a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Buena - Regular - Mala 	Nominal
		Problema encontrado para una mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - No tiene suficiente persona - Mala organización de trabajadores - Buena atención a clientes 	

Continúa ...

Variable	Definición de Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
		Resultados logrados, brindando una buena atención al cliente :	- Clientes satisfechos - Fidelización de clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento en las ventas	Nominal

Fuente: elaboración propia

Aspecto Complementario	Definición de Aspecto Complementario	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Son algunas características de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Edad	- 15 a 30 años - 31 a 50 años - 51 años a mas	Razón
		Genero	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	- Sin Instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no Universitaria - Superior Universitario	Nominal
		Cargo	- Dueño - Administrador	Nominal
		Tiempo que desempeñan en el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón

Fuente: elaboración propia

Aspecto Complementario	Definición de Aspecto Complementario	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Perfil de las micro y pequeñas empresas	Muestra principales características de las micro y pequeñas empresas	Años de permanencia en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Razón
		Tipo de personas que trabajan en su empresa:	- Familiares - No Familiares	Nominal
		Objetivo de su creación	- Generar Ganancias - Subsistencia	Nominal

Fuente: elaboración propia

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta. Para el recojo de la información del presente trabajo de investigación se aplicó un cuestionario, el cual consta de 23 preguntas distribuidas en tres partes.

- La primera constó de 5 preguntas son los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas.
- La segunda parte contuvo 4 preguntas acerca de las características de las micro y pequeñas empresas.
- La tercera parte en la cual contuvo 14 preguntas acerca de las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018.

4.5 Plan de análisis

Se aplicó técnicas para responder las preguntas formuladas previamente de los datos recolectados en la investigación se realizó el uso del análisis descriptivo donde se recolecto la información solicitada sobre las características de los representantes, de las Mypes y la variable; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel y para culminar la investigación se utilizó el Microsoft Word. . Finalmente el formato PDF para la presentación del trabajo final. Estos programas poseen herramientas que permiten desarrollar diversos métodos de estudio.

4.6 Matriz de consistencia lógica

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Diseño	Técnicas e instrumento	Plan de análisis
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas Sector servicio – Rubro chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018?	Objetivo General Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas Sector servicio – Rubro Chifas, ubicadas en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018	Gestión de calidad en atención al cliente	Población La población estuvo conformada por 21 micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018.	En esta investigación se aplicó un tipo de diseño No experimental – Transversal - Descriptiva	Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta. Y se utilizó un cuestionario, el cual consta de 23 preguntas distribuidas en tres partes	Se aplicó técnicas para responder las preguntas formuladas previamente de los datos recolectados en la investigación se realizó el uso del análisis descriptivo donde se recolecto la información solicitada sobre las características de los representantes,

Continúa ...

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Diseño	Técnicas e instrumento	Plan de análisis
	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Definir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, Sector servicio – Rubro Chifas, en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018</p> <p>Interpretar las características de la Micro y pequeñas empresas, Sector servicio – Rubro</p>		<p>Muestra</p> <p>Se utilizó una muestra por conveniencia de 14 micro y pequeñas empresas de estudio.</p>			<p>de las Mypes y la variable; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel y para culminar la investigación se utilizó el Microsoft Word. Finalmente el formato PDF para la presentación del trabajo final. Estos programas poseen herramientas que</p>

Continúa ...

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Diseño	Técnicas e instrumento	Plan de análisis
	<p>Chifas, en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018</p> <p>Identificar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, Sector servicio – Rubro</p> <p>Chifas, en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia</p>					<p>permiten desarrollar diversos métodos de estudio</p>

Continúa ...

Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Diseño	Técnicas e instrumento	Plan de análisis
	del Santa, año 2018 Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – Rubro Chifas, en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018					

Fuente: elaboración propia.

4.7 Principios Éticos

Este presente estudio de investigación se han utilizado los siguientes principios éticos como:

El principio de protección a las personas, respetándoseles el derecho a la dignidad humana, su identidad, su diversidad, la confidencialidad y su privacidad.

El principio de justicia que exige el derecho a un trato de equidad, privacidad y confiabilidad, Por último, la Veracidad, porque se demostrara que los datos de la presente investigación son verdades y confiables.

El principio de beneficencia o maleficencia, se tuvo en cuenta este principio para no causar ningún daño a los representantes de las Mypes en estudio.

El principio de la Integridad Científica, se informó que los participantes involucrados no se encontrarían en riesgo dentro de la realización de la investigación.

El principio del consentimiento informado y expresado, se realizó la encuesta bajo el consentimiento de cada participante involucrado.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio_ rubro chifas del casco urbano, del Distrito de Chimbote Provincia Del Santa, Año 2018.

Datos generales	n	%
Edad		
18- 30 años	0	0.00
31- 50 años	14	100.00
51- a más años	0	0.00
Total	14	100.00
Genero		
Masculino	12	85.70
Femenino	2	14.30
Total	14	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	0	0.00
superior no universitario	5	35.70
superior universitario	9	64.30
Total	14	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	6	42.90
Administrador	8	57.10
Total	14	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	8	57.10
4 a 6 años	3	21.40
7 a más años	3	21.40
Total	14	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeña empresa del sector Servicio_ rubro chifas del casco urbano, del Distrito de Chimbote Provincia Del Santa, Año 2018.

Tabla 2

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio_ rubro chifas del casco urbano, del Distrito de Chimbote Provincia Del Santa, Año 2018.

Datos generales	n	%
Tiempo de permanencia de la empresa		
0 a 3 años	6	42.90
4 a 6 años	2	14.30
7 a más años	6	42.90
Total	14	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	8	57.10
6 a 10 trabajadores	4	28.60
11 a más trabajadores	2	14.30
Total	14	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	0	0.00
No familiares	14	100.00
total	14	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	14	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	14	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector Servicio_ rubro chifas del casco urbano, del Distrito de Chimbote Provincia Del Santa, Año 2018.

Tabla 3.

Características de una Gestión de Calidad Bajo el Enfoque en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicio_ rubro chifas del casco urbano, del Distrito de Chimbote Provincia Del Santa, Año 2018.

Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	n	%
Conocimiento del termino gestión de calidad		
Si	14	100.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
Total	14	100.00
Conocimientos de técnicas modernas de administración		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	14	100.00
Empowerment	0	0.00
Las 5c	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	14	100.00
Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad		
Poco iniciativa	0	0.00
Aprendizaje lento	6	42.90
No se adapta a los cambios	5	35.70
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	3	21.40
Total	14	100.00
Técnicas del rendimiento del personal		
La observación	10	71.40
la evaluación	1	7.10
escala de puntuación	0	0.00
evaluación de 360°	3	21.40
Otros	0	0.00
Total	14	100.00
Contribución de la gestión de calidad para mejorar el rendimiento del negocio		
Si	14	100.00
No	0	0.00
Total	14	100.00

Continúa ...

Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	n	%
Alcance de los objetivos y metas trazadas con la gestión de calidad		
Si	14	100.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
Total	14	100.00
Conoce el término de atención al cliente		
Si	14	100.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
Total	14	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda		
Si	14	100.00
No	0	0.00
Total	14	100.00
Importancia de la atención al cliente para el crecimiento		
SI	14	97.50
No	0	2.50
Total	14	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	11	78.60
Confianza	3	21.40
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	14	100.00
Factores para la calidad de servicio		
Atención personalizada	10	71.40
Rapidez en la entrega de productos	4	28.60
Las instalaciones	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	14	100.00
Atención que brinda a los clientes		
Buena	14	100.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
Total	14	100.00

Continúa ...

Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	n	%
Problema presentado para una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una mala organización de los trabajadores	0	0.00
Si brinda una buena atención al cliente	14	100.00
Total	14	100.00
Resultados logrados, brindando una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	7	50.00
Fidelización de los clientes	5	35.70
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incremento las ventas	2	14.30
Total	14	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio_ rubro chifas del casco urbano, del Distrito de Chimbote Provincia Del Santa, Año 2018.

Tabla 4.

Plan de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2018.

Problemas Encontrados - Resultados	Surgimiento del Problema	Acción de Mejora	Responsable
Poca iniciativa e inadaptación a los cambios	Se origina por que las empresas no quieren invertir en capacitaciones y campañas de motivación al personal .	Realizar capacitaciones y charlas motivacionales para mejorar el desempeño del trabajador	Representante
Estancamiento de las ventas	Se origina porque la mayoría de clientes a tener un inconveniente con el servicio prefieren irse a la competencia de esta manera la empresa no incrementa sus ventas y no obtiene rentabilidad.	Mejorar el servicio ideando e innovando en el plato de chifa de esta manera los clientes se sentirán más atraídos y podrán consumir más el producto	Representante

Fuente: elaboración propia

5.2 Análisis de resultados

Respecto a las características de los representantes.

- El 100.00 % de las de los representantes de las MyPE tienen edades que fluctúan entre los 31 a 50 años, resultados que coinciden con Tamara (2018) quien explica que el 50% tienen entre 31 a 40 años y contrastan con los encontrados por Flores (2016) quien describe que las edades de los representantes de las MyPE, fluctuaban de 48 a 62 años (75.00 %). Como también con los de Delgado (2018) quien respondió que, el 57% de los encuestados tienen de 18 a 30 años edad y finalmente con los de Castro (2020) donde explico que, el 50.00% de los representantes tiene de 51 a más años. De acuerdo a los resultados encontrados se puede decir que las MyPE, encuestadas están dirigidas por personas adultas, las cuales cuentan con la madurez y conocimientos necesarios para poder cumplir con las metas de la organización.
- El 85.70 % de los representantes de las MyPE encuestadas, son personas de género masculino, Resultado que coincide con los de Delgado (2018) quien explica que el 57% de los encuestados son de sexo masculino, como también, con los de Tamara (2018) quien encontró que el 62.5% son del género masculino y contrasta con el trabajo de investigación de Flores (2016) quien encontró que el 50.00 % de los representantes de su muestra de estudio son personas de género femenino. Por lo que este resultado demuestra que las MyPE del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa son hombres.

- El 64.30 % de los representantes de las MyPE encuestadas, tienen como grado de instrucción educación superior universitario. Resultados que contrastan con los resultados encontrados por Flores (2016) quien obtuvo que el grado de instrucción de los representantes de las MyPE es superior técnico (75.00 %). Esto demuestra que las MyPE del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, son personas las cuales han tenido la oportunidad de acceder a la educación superior, por lo que cuentan con mayores conocimientos.
- El 57.10 % de los representantes de las MyPE encuestadas, desempeñan el cargo de administradores. Y el 42.90 % son dueños de sus negocios. Por lo que se demuestra que la mayoría relativa de las MyPE del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, están siendo dirigidas por personas que ocupan el cargo de administrador, siendo estos los responsables de llevar al negocio a un crecimiento sostenible.
- El 57.10 % de los representantes de las MyPE encuestadas, tienen de 0 a 3 años desempeñando el cargo de administradores. Estos resultados reflejan que la mayoría relativa de las MyPE del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, tienen administradores los cuales tienen no más de 3 años desempeñando el cargo, este tiempo, es algo prudente y les ha permitido tener experiencia en la dirección de la empresa.

Respecto a las características de las MyPE

- El 85.80 % de las MyPE encuestadas, tienen de 0 a 3 años y de 7 años a más de permanencia en el rubro. Coincidiendo con los resultados de Castro (2020) quien afirma que el 50.00% tiene de 7 a más años en el mercado y contrastan

con Delgado (2018) quien demostró que el 79% de las pollerías tienen de 3 a 6 años en el rubro. Esto demuestra que las MyPE del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, son MyPE, las cuales recién han surgido y otras que ya mantienen un tiempo más largo. Por lo que se puede decir que las MyPE, jóvenes, deben aplicar técnicas administrativas para que logren su permanencia en el mercado, por otro lado, las Mypes que poseen más antigüedad pueden llevar un poco, más de ventaja debido a la mayor experiencia que tienen en el mercado.

- El 57.10 % de las MyPE encuestadas tienen de 1 a 5 trabajadores. Contrastando con los resultados de Tamara (2018) donde da a conocer que el 87.5% cuenta con un número de 0 a 3 colaboradores. Esto demuestra que las MyPE del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, están aun en vía de crecimiento económico, por lo que el número de trabajadores está acorde a la necesidad de la empresa, pues la mayoría de negocios no son tan grandes, esto se debe al tamaño y la capacidad de las empresas y por tal motivo no emplean más personal.
- El 100.00 % de las MyPE encuestadas tienen trabajadores que no son familiares. Por lo que se demuestra que las MyPE del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, prefieren contratar a personas lejanas a la empresa para evitar inconvenientes de no querer desempeñar bien su trabajo. Esto es una estrategia por parte de la empresa para tener en sus filas a personas adecuadas.
- El 100.00 % de las MyPE encuestadas se crearon con el objetivo de generar ganancias. Por lo que este resultado determina que las Mypes del sector

servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, buscan generar mayor rentabilidad, por lo que están flexibles a aplicar los cambios que sean necesarios para lograrlo.

Características de la gestión de calidad en atención al cliente

- El 100.00 % de las MyPE en estudio, si tienen conocimiento sobre el termino gestión de calidad. Contrastando con los resultados de Castro (2020) el 50.00% tiene cierto conocimiento sobre el termino gestión de calidad y coinciden con los de Taboada (2018) donde explica que el 90% conoce lo que gestión de calidad y realiza una gestión de calidad Esto demuestra que existen las posibilidades de que estas puedan tomar acciones para llevar a cabo una a gestión de calidad.
- El 100.00 % de las MYPE encuestadas conocen la técnica moderna “atención al cliente”, estos resultados coinciden con los de Castro (2020) explicando que el 70.00% conoce la técnica moderna de atención al cliente esto demuestra que las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, conocen que el cliente es el eje de la organización, y al conocer esto es más fácil que puedan orientar su producto a la satisfacción de los clientes.
- El 78.60 % de las MyPE en estudio tienen afirman que la dificultad que tiene su personal para aplicar la gestión de calidad es “la no adaptación a los cambios y el aprendizaje lento” Esto se puede deber a que las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, no están contratando a el personal de acuerdo a los perfiles que se requieran en la empresa.

- El 71.40 % de las MYPE en estudio, utilizan “la observación” como técnica para medir el rendimiento del personal. Esto se puede deber a que la mayoría de los administradores de las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, están presente en el desarrollo de las diferentes actividades que su empresa necesite, por lo que aprovechan para evaluar a su personal a través de la observación, facilitando la mejora continua, dado a que identifican rápidamente fallos y dan las propuesta para la corrección, por lo que la observación les permite hacer un seguimiento de manera directa. Cabe señalar que las empresas utilizan técnicas para medir el rendimiento del personal con el objetivo de posicionarse en el mercado, tal como lo describe la teoría de Díaz (2014) las organizaciones aplican técnicas de medición al personal para poder mejorar el servicio y posicionarse en el mercado.
- El 100.00 % de las MyPE en estudio nos indican que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. Coincidiendo con los resultados de Tamara (2018) donde el 100% considera que una gestión de calidad en la atención al cliente si ayuda al crecimiento de la empresa Este resultado demuestra que las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, reconocen que la aplicar una gestión de calidad es fundamental para el crecimiento en una empresa.
- El 100.00 % de las MyPE en estudio, nos indican que la gestión de calidad ayuda a alcanzar las metas del negocio. Resultado que demuestra que las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, son conscientes de que deben de aplicar

técnicas de administración moderna de acuerdo a sus requerimientos para lograr una gestión de calidad. Es preciso mencionar lo que Zapatero (2013) describe “la calidad ayuda a mejorar los procesos de la organización”.

- El 100.00 % de las MYPE encuestadas si conocen el término “atención al cliente” este resultado demuestra que las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, reconocen que la atención al cliente, es una herramienta administrativa indispensable que significa ayudar de forma oportuna, empática y enfatiza las necesidades del cliente a la vanguardia de cada interacción con él.
- El 100.00 % de las MYPE encuestadas afirman que aplican la calidad en el servicio que brindan. Este resultado demuestra que las Mypes enteradas de los beneficios que genera el aplicar la calidad en el servicio, no dudan en aplicarlo para obtener una ventaja competitiva.
- El 97.50 % de las MYPE encuestadas afirman que la atención al cliente es muy fundamental dentro de la empresa. Resultados que contrastan con los encontrados por flores Esto se debe a los conocimientos que tienen sobre la importancia de la buena atención al cliente. Se debe también porque son conocedores de la en la imagen y ventas que una mala atención al cliente genera.
- El 78.60 % de las MYPE encuestadas utilizan la herramienta de “la comunicación” para el servicio de atención al cliente. Esto demuestra que las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, destacan la importancia de la comunicación y tal como describe la teoría de Álvarez (2012) los canales de comunicación

poseen mucha importancia porque sirven para transmitir más rápido la información proyectada.

- El 71.40 % de las MyPE encuestadas afirman que el principal factor que utilizan para la calidad del servicio es “la atención personalizada” demostrando que las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, atienden de manera personalizada a los clientes, porque entienden que, si el cliente no percibe una atención de calidad, los perderán e irán a la competencia.
- El 100.00 % de las MyPE en estudio afirman que la atención que brindan a sus clientes es buena. Esto quiere decir que las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, se centran en proporcionar experiencias positivas a sus clientes, pues saben que esas experiencias afectan drásticamente en su crecimiento.
- El 85.70 % de las MYPE encuestadas afirman que los resultados que han obtenido por poner en practica la herramienta administrativa “Atención al cliente” han sido clientes satisfechos (50%) y clientes fidelizados (35.70 %). Esto demuestra que las Mypes del sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, han obtenido resultados favorables al aplicar la atención al cliente, por lo que no deben dejarla de lado, si no que por el contrario deben de mejorar su aplicación.

PLAN DE MEJORA

RAZON SOCIAL: CHIFAS UBICADAS EN CASCO URBANO DE CHIMBOTE

GIRO DE LA EMPRESA: VENTA DE COMIDA ORIENTAL

1. HISTORIA

Estas empresas surgen por la necesidad de obtener ingresos por parte de los dueños, por lo que se pudo obtener las MYPE su demanda de clientes es estable por lo tanto están que consiguen las metas que se plantearon a principios de empezar el negocio.

2. Misión

Inculcar el arte culinario cumpliendo con las expectativas de los clientes.

3. Visión

Ser reconocidos como la mejor opción al consumidor, ofreciendo productos saludables y de la mejor calidad, en un ambiente agradable y cordial.

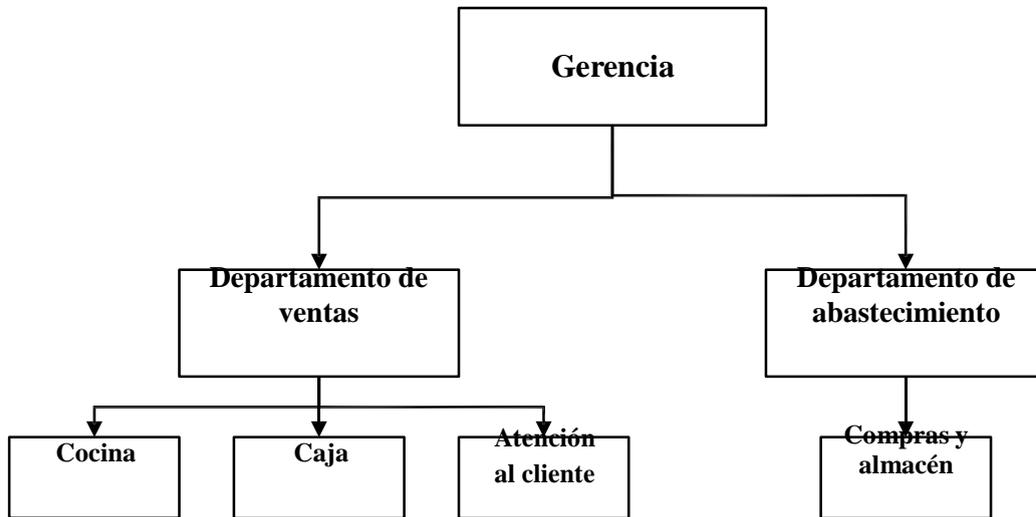
4. Objetivos

- ❖ Ser rentables
- ❖ Ser la mejor empresa en el rubro
- ❖ Satisfacer las exigencias de los consumidores

5. Producto o servicio

Platos a la carta orientales, gaseosas y bebidas naturales.

6. Organigrama de la empresa



7. Diagnostico general

Análisis de FODA	Oportunidades	Amenazas
	- Alta índice de consumidores hacia la comida oriental	- Competencia en los alrededores
Fortalezas - Aplicación de una buena atención al cliente -	F-O -A través de él buen servicio que se viene aplicando idear estrategias para captar al gran índice de consumidores, para poder crecer como empresa.	F-A -Conseguir más clientes fieles a través del servicio de esta manera se podrá derrotar a la competencia
Debilidades - Poco tiempo de permanencia en el mercado	D-O -Copiar de la competencia ,sus estrategias y mejorarlos para poder fidelizar al cliente	D-A - Como son nuevos utilizar eso para poder realizar promociones de esta manera se podrá ser más conocido el local

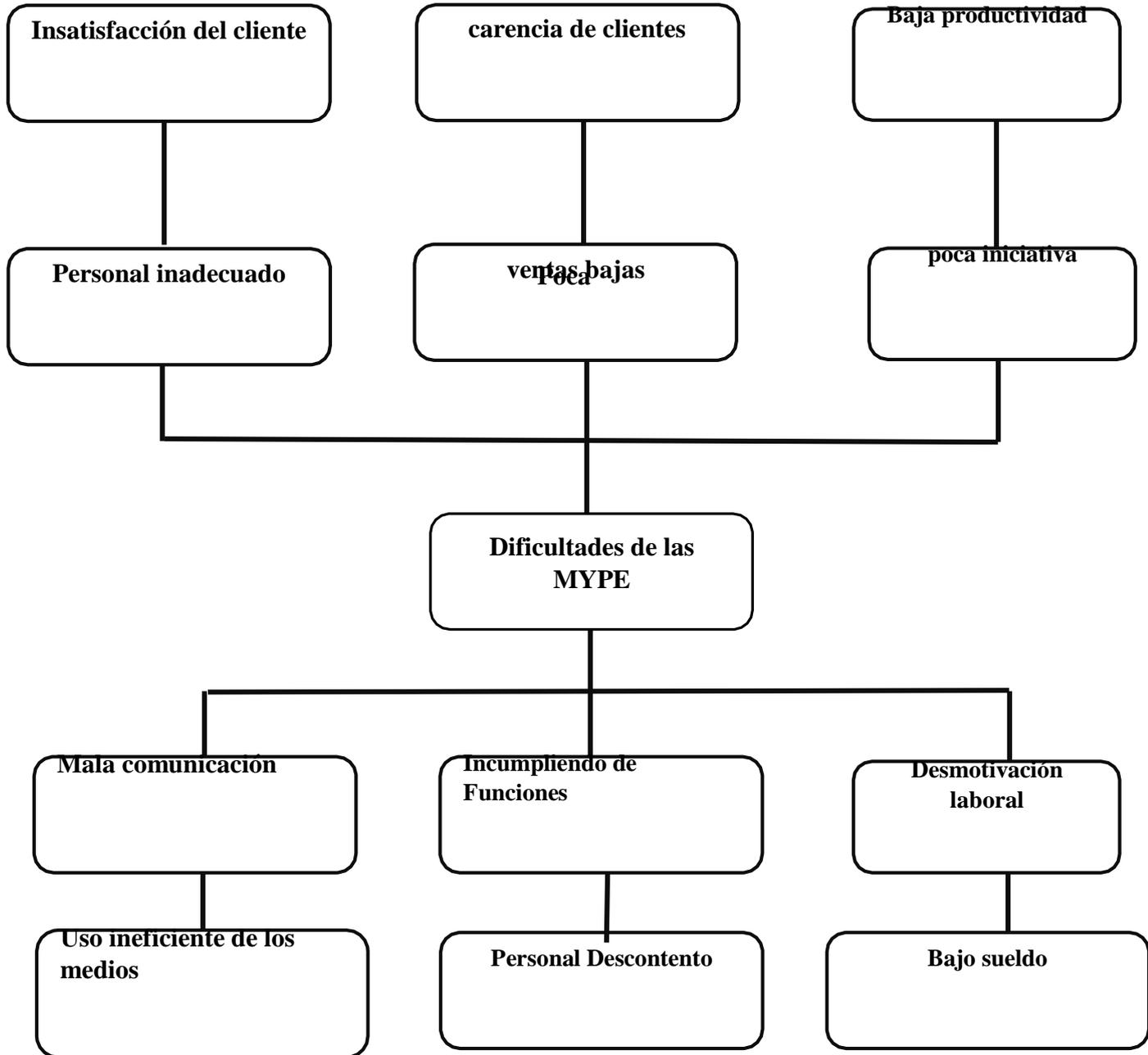
8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación
Dificultades del Personal	Existe en el personal que labora una falta de iniciativa y sobre todo que no se adapta a los cambios que se realizan dentro de la organización.
Crecimiento de la empresa	Las ventas al estar estancadas quiere decir que la organización no está cumpliendo con las metas propuestas .

9. Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del Problema
Dificultades del personal	Poca iniciativa e inadaptación a los cambios	Se origina por que las empresas no quieren invertir en capacitaciones y campañas de motivación al personal .
Crecimiento de la empresa	Estancamiento de las ventas	Se origina porque la mayoría de clientes a tener un inconveniente con el servicio prefieren irse a la competencia de esta manera la empresa no incrementa sus ventas y no obtiene rentabilidad.

10. Causas



11. Establecer soluciones.

11.1 Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Dificultades del personal	Poca iniciativa y no se adaptan a los cambios	Realizar capacitaciones y charlas motivacionales para mejorar el desempeño del trabajador
Crecimiento de la empresa	Estancamiento de ventas	Mejorar el servicio ideando e innovando en el plato de chifa de esta manera los clientes se sentirán más atraídos y podrán consumir más el producto

12. Recursos para la implantación de las estrategias

- ✓ **Humano**
- ✓ **Económicos**
- ✓ **Tecnológicos**
- ✓ **Tiempo**

Nº	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Realizar capacitaciones	Oradores(2)	S/300	Multimedia. computadora, Micrófono.	3 días
2	Charlas motivacionales	Psicólogos(2)	S/300	Computadora	3 días
3	Innovación de un nuevo diseño de producto	Chefs (3)	S/350	Cocina	10 días

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Nº	TAREA	INICIO	FINAL	AGOSTO
1	Realizar capacitaciones	01-08-19	04-08-19	Agosto
2	Charlas motivacionales	05-08-19	08-08-19	Agosto
3	Innovación de un nuevo diseño de producto	09-08-19	29-08-19	Agosto

-

VI. CONCLUSIONES

La totalidad de las MyPE tienen representantes de edad adulta cuyas edades fluctúan de 31 a 50 años. La mayoría de los representantes son hombres, que en su mayoría relativa tienen como grado de instrucción educación superior universitaria, desempeñan el cargo de administrador y tienen de 0 a 3 años de tiempo de permanencia en el cargo.

La mayoría de las MyPE tienen de 0 a 3 años y de 7 a más años de tiempo de permanencia en el rubro, la mayoría relativa tiene de 1 a 5 trabajadores, que en su totalidad no son familiares, es decir son ajenas a la empresa. La totalidad tuvieron como objetivo de creación “generar ganancias”.

La totalidad de las Mypes conocen el término de gestión de calidad, conocen la técnica moderna administrativa “atención al cliente y afirman que la gestión de calidad ayuda en la mejora del negocio. Asimismo, la totalidad reconocen que la atención al cliente contribuye a alcanzar las metas de la empresa, conocen el significado del término de atención al cliente, aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan, afirman que la atención que brindan a los clientes si es buena. La mayoría afirma que la dificultad que tienen para aplicar la gestión de calidad “es la poca iniciativa y la no adaptación al cambio” de sus trabajadores. La mayoría aplica la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal y creen que la atención al cliente es muy fundamental. La mayoría emplea la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, afirman que el principal factor para la calidad del servicio que brindan es la atención personalizada, y afirman que los resultados que han obtenido al aplicar una buena atención al cliente es tener clientes satisfechos y fidelizados.

Se elaboró el plan de mejora en base a los problemas encontrados y/o aspectos negativos, en la que se ha descrito las acciones necesarias como planteamiento de solución a tomar en cuenta, para orientar la gestión a una gestión de calidad con el enfoque atención al cliente, dicho enfoque ayuda a las empresas a atraer clientes y construir relaciones sólidas.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Aprovechar la experiencia tanto laboral como profesional que tienen desempeñando en el cargo, con la finalidad de prever posibles pérdidas que puedan ocurrir a futuro.

Realizar reconocimientos para incentivar al personal a seguir brindando un buen servicio y obtener un mejor clima laboral.

Capacitar al personal mensualmente para una adecuada implementación de Gestión de calidad.

Implementar el plan de mejora que se ha llevado a cabo en el presente trabajo, en la que se han descrito a detalle los problemas encontrados y se plantean soluciones para implementar una gestión de calidad, bajo el enfoque atención al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Antúnez. (2017). en su trabajo de investigación titulado: *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*”

Benites M. (2015). en su trabajo de investigación titulado: “*Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Huamachuco, 2015.*” recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045549>

Blanco, C., Lobato, L & Lobato, F. (2013). *Comunicación y atención al cliente.*
Recuperado el 23 de diciembre del 2016, de:
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/42955>

Castro, D (2020) *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la avenida camino real del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018.* [Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración]. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote: Escuela de Administración.
Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17522>

Diario el comercio Perú (2014) “*Crecimiento de las Mypes en Cajamarca*”
Recuperado: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-cajamarca-registra-importante-crecimiento-micro-y-pequenas-empresas-destaca-camara-comercio-254696.aspx>

- Díaz, F. M. J. (2014). *Atención básica al cliente: manual teórico*. Madrid, ESPAÑA: Editorial CEP, S.L. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/50772>
- Diario Oficial el Dinero, Colombia. (2017). *Los retos que enfrentan las mipymes en Colombia*. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/los-retos-que-enfrentan-las-mipymes-en-colombia/241586>
- Diario comercio, Cajamarca. (2013). “*Crecimiento de las Mypes en Cajamarca*” Recuperado: <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-cajamarca-registra-importante-crecimiento-micro-y-pequenas-empresas-destaca-camara-comercio-254696.aspx> 26
- Flores (2015). En su trabajo de investigación titulado: “*Clima organizacional y satisfacción laboral en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes, “Pollerías” – del distrito de Nuevo Chimbote – provincia el Santa, 2015*”
- Guardaño, L. M. D. R. (2011). *Atención al cliente en el proceso comercial: actividades administrativas en la relación con el cliente*. Málaga, ES: IC Editorial. Recuperado de: <http://www.ebrary.com>
- López, D (2018) *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. [Tesis para obtener el grado académico de Magister en Administración de Empresas]. Universidad Católica de Santiago Guayaquil:Posgrado. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

- Martínez, R. (2016). *Servicio al cliente interno: todos somos clientes y todos tenemos clientes*. Ediciones de la U. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/70272>
- Núñez, H. (2003). *Servicio al cliente*. México: Edamsa impresiones. Recuperado de: <http://importacionesan.blogspot.pe/2011/05/marco-teorico.html>
- Obando M. L .M (2016). En su trabajo de investigación titulado: “*Caracterización de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes de un tenedor en el distrito de San Luis, 2015*” RECUPERADO DE: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000040233>
- Ongallo, C. (2012). La atención al cliente y el servicio postventa. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/62670>
- Ríos, (2015). En su trabajo de investigación titulado: “*Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*”
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente* (pp.19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda. Recuperado de: <http://importacionesan.blogspot.pe/2011/05/marco-teorico.html>
- Historia de las microempresas (2003) Brasil Recuperado de: <http://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/en-brasil-las-micro-y-pequenas-empresas-generan-757-de-los-puestos-de-trabajo>

Portal industrias Colombia (2010) *desarrollo empresarial* Recuperado de:
<http://www.portalindustrial.net/index.php/desarrollo-empresarial/desarrollo-de-pyme>

Encuesta de empresas al cliente (2010) Cajamarca Recuperado:
http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/785DB90DB724EC8905257D880resultado_encuesta_micro_peque%C3%B1a_empresa.pdf

S-A (2012) *Ingresos de riesgos en las Mypes* (2012) Trujillo Recuperado de:
<http://mercadosyregiones.com/mypes-ingresos-caen-en-30-existe-el-riesgo-de-cerrar-talleres/>

Sánchez (2014) *Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las mypes rubro restaurantes - provincia de trujillo periodo 2013*

Taboada, J (2018) *la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurant pollería del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. caso: pollería la granja linda*. [Informe de investigación para optar el grado de bachiller en administración]. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote: Escuela de Administración. Recuperado de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16736>

Tamara, J (2018) *gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de materiales de construcción, artículos de ferretería y fontanería en el jirón Manuel Ruiz distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017*. [Trabajo de investigación para optar el grado de bachiller en ciencias administrativas]. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote: Escuela de Administración. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14633>

Diario el comercio (2012). *Noticias de Mypes en Arequipa* recuperado de: <http://www.economia.unam.mx/profesor/barajas/perspec.pdf>

Zapatero, Á. A. I. (2016). *Información y atención al cliente-consumidor usuario* (MF0241_2). Madrid, ES: Editorial CEP, S.L. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/51043>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					
N°	Actividades	Año 2018								Año 2019								Año 2021			
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Co Curricular I			
		Mes				Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
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					X															
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X														
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X													
8	Ejecución de la Metodología								X												
9	Resultados de la Investigación									X											
10	Conclusiones y recomendaciones										X										
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X									

Continua ...

N°	Actividades	Año 2018								Año 2019								Año 2020		
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Co-Curricular I		
		Mes				Mes				Mes				Mes				Mes		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
12	Reacción del informe final													X	X					
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X					
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X				
15	Redacción de artículo científico																X			
16	Revisión del informe de tesis y artículo científico																	X		
17	Pre Bana																		X	
18	Sustentación del Informe Final																			X

Anexo 2. Presupuesto de la investigación

Presupuesto desembolsable (estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
✓ Fotocopias	0.10	30	3.00
✓ Libreta	0.10	1	10.00
✓ Lapiceros	0.50	2	1.00
✓ Servicios			
Uso de turnitin	50.00	2	100.00
✓ Sub total			114.00
Gastos de viaje			
Pasajes	0.00	0	0.00
✓ Sub total	0.00		0.00
Total de presupuesto desembolsable			114.00

Presupuesto no desembolsable (universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
✓ Uso de internet (laboratorio de aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
✓ Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
✓ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
✓ Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
✓ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			716.00

ANEXO3. 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 bajo el enfoque en atención al cliente y propuesta mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro - chifas en el casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. 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) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s

- e) Outsourcing
- f) otros
- g) Ninguno

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el 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 4. Figuras

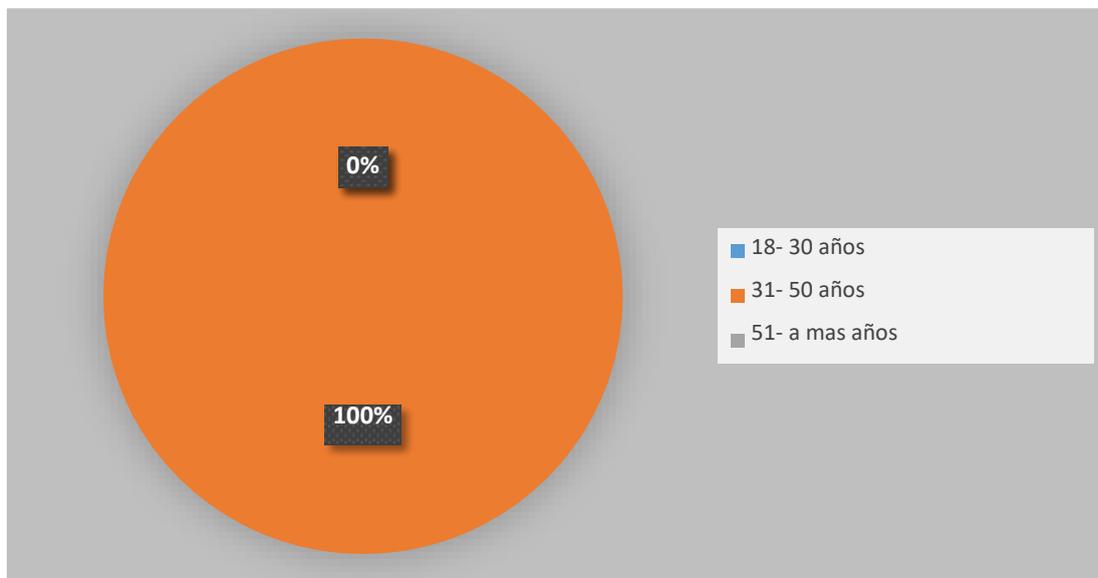


Figura 1. Edad
Fuente. Tabla 1

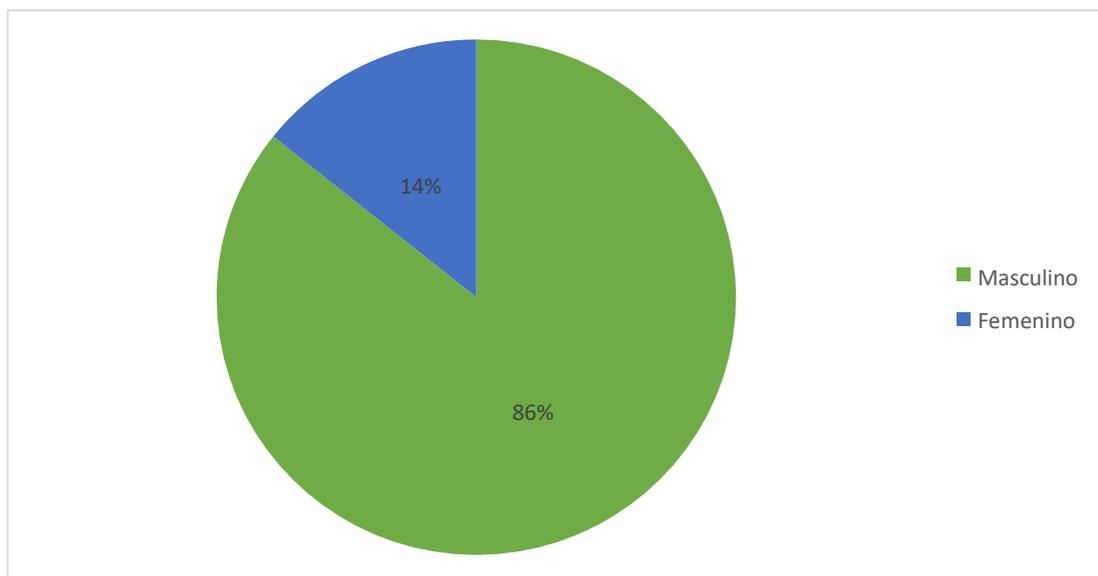


Figura 2. Género
Fuente. Tabla 1

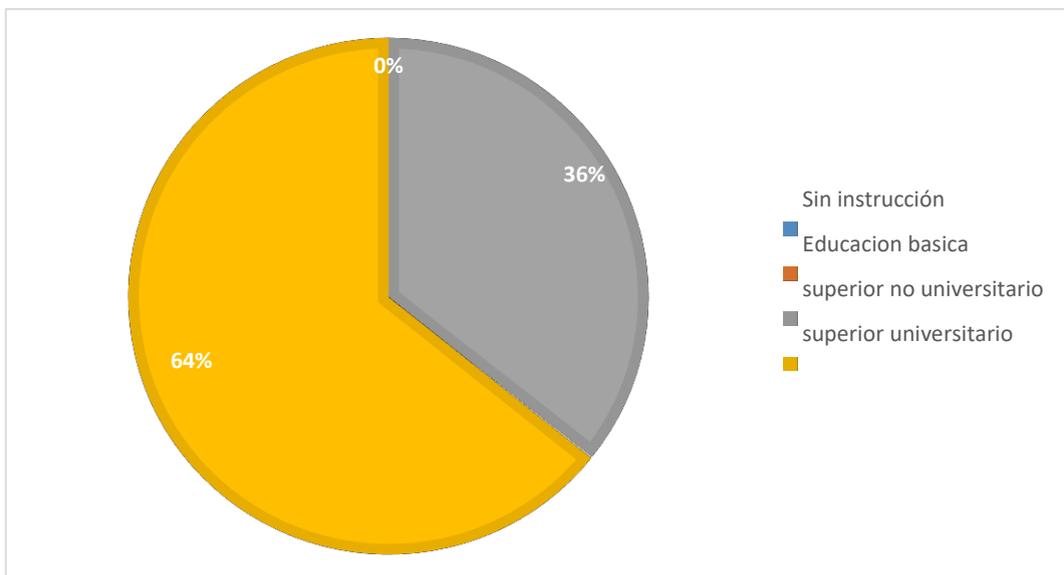


Figura 3. Grado de instrucción
Fuente. Tabla 1

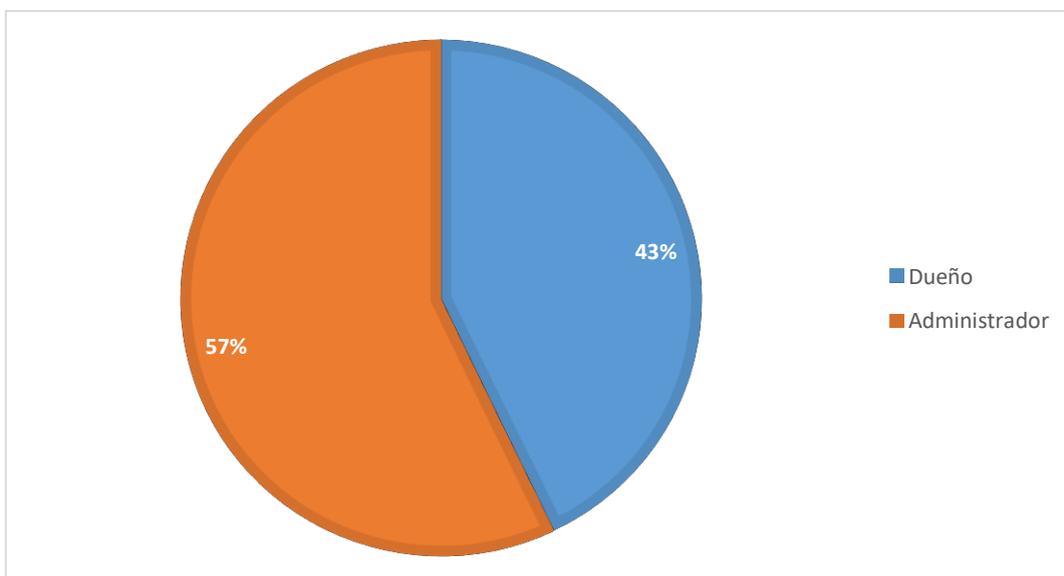


Figura 4. Cargo que desempeña
Fuente. Tabla 1

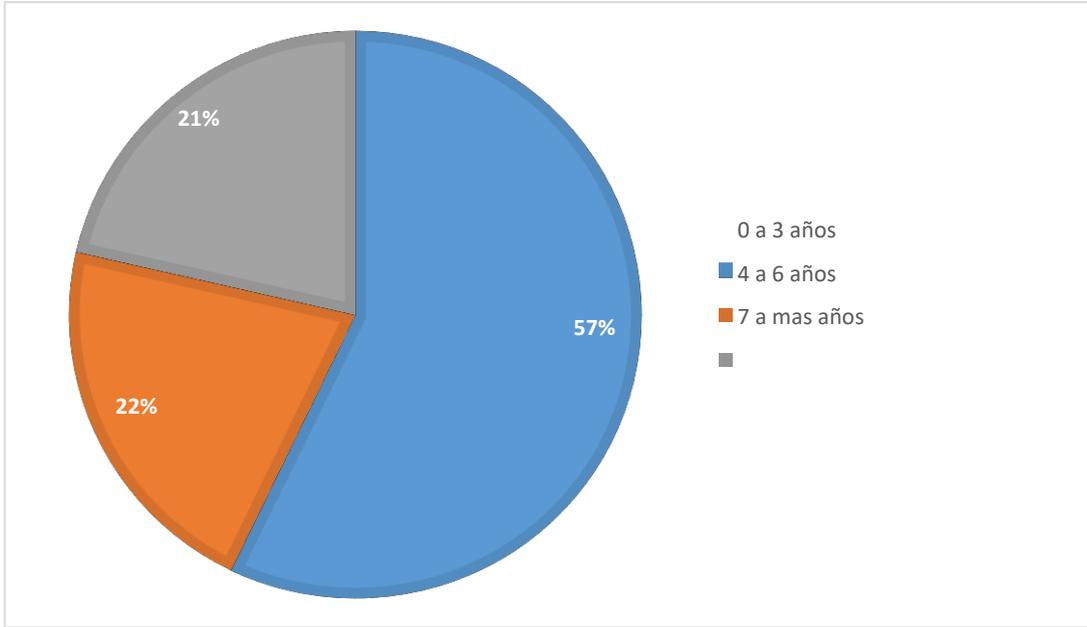


Figura 5. *Tiempo que desempeña en el cargo*
Fuente. Tabla 1

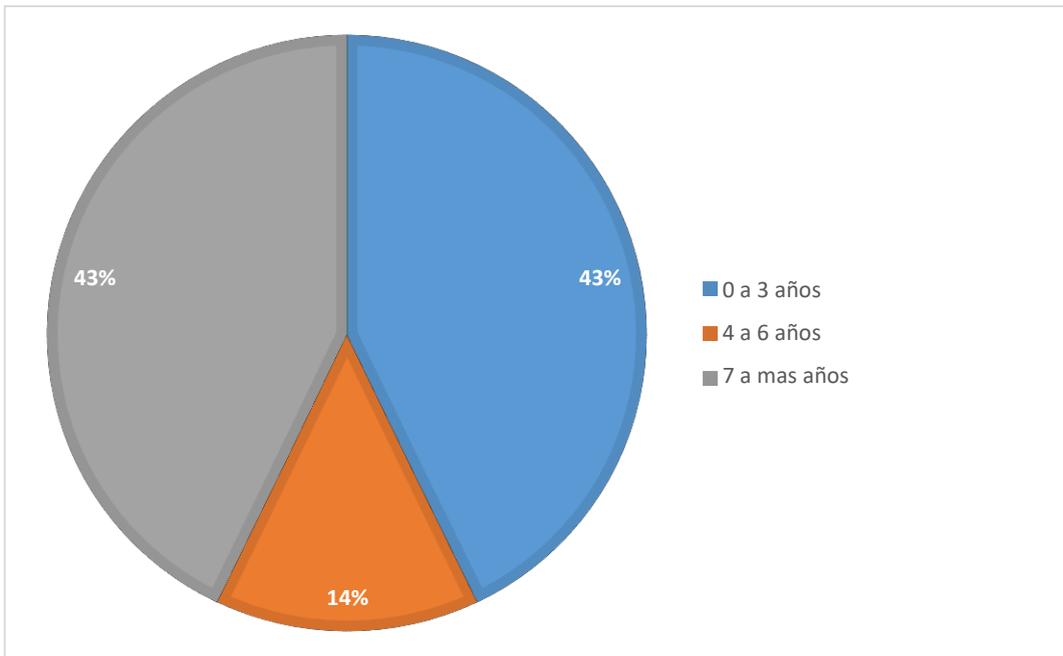


Figura 6. *Tiempo de permanencia de la empresa*
Fuente. Tabla 2

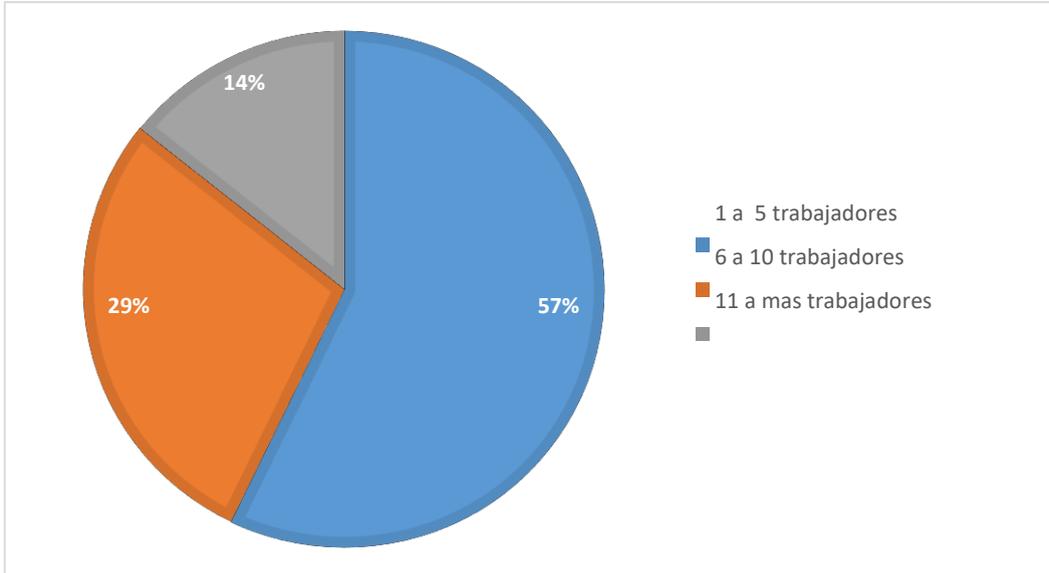


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

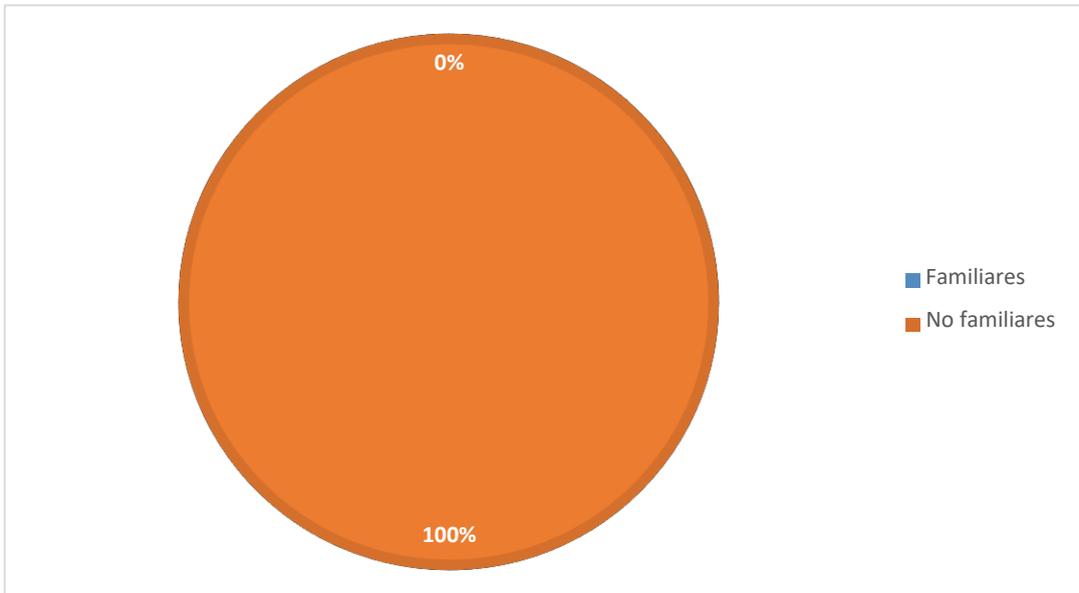


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa

Fuente. Tabla 2

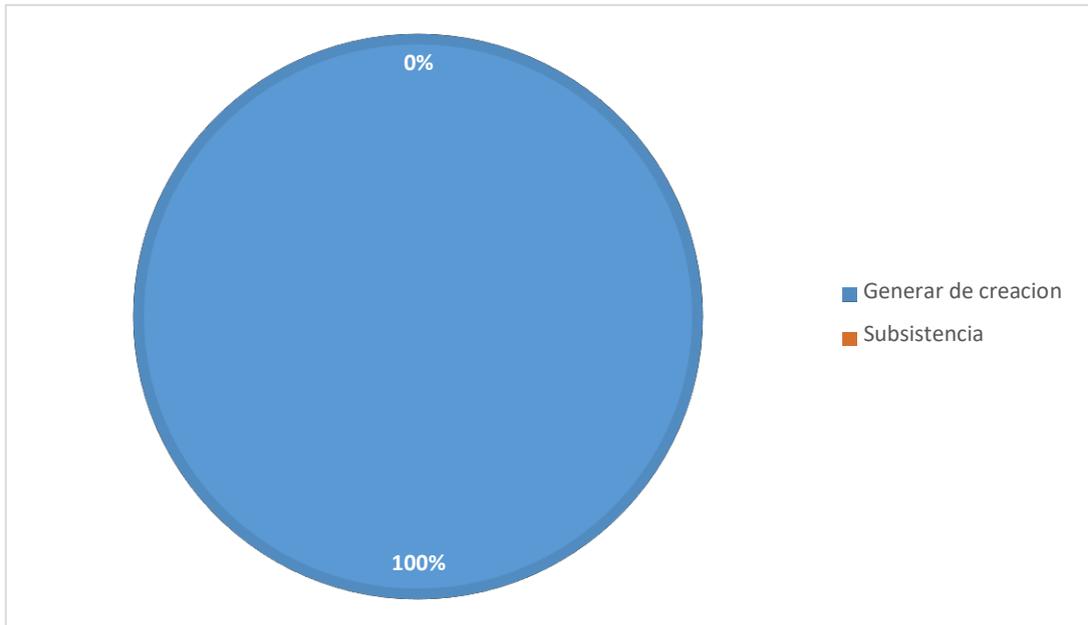


Figura 9. *Objetivo de creación*
Fuente. Tabla 2

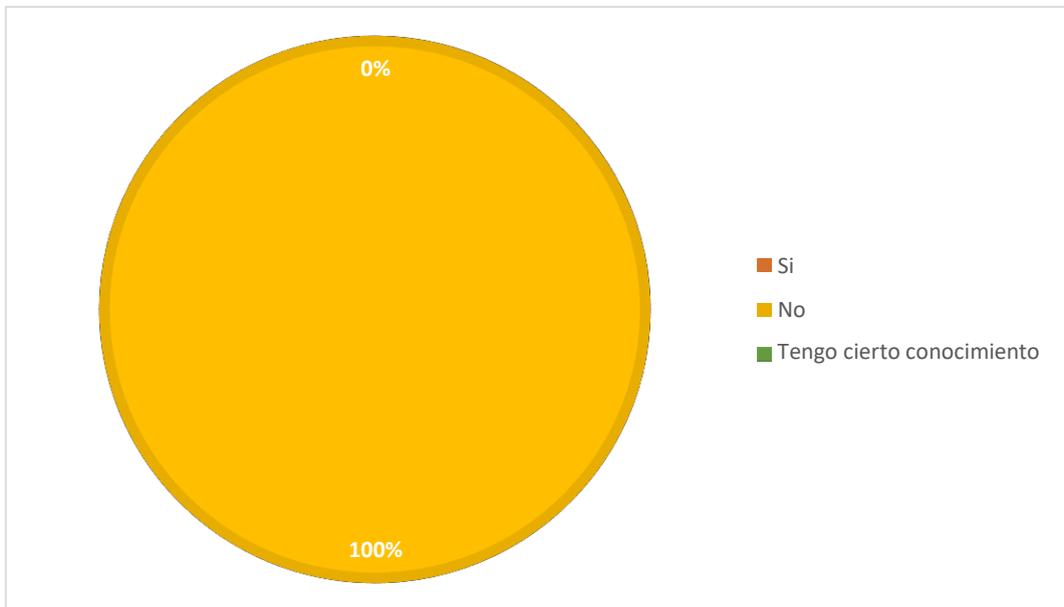


Figura 10. *Conoce el término de gestión de calidad*
Fuente. Tabla 3

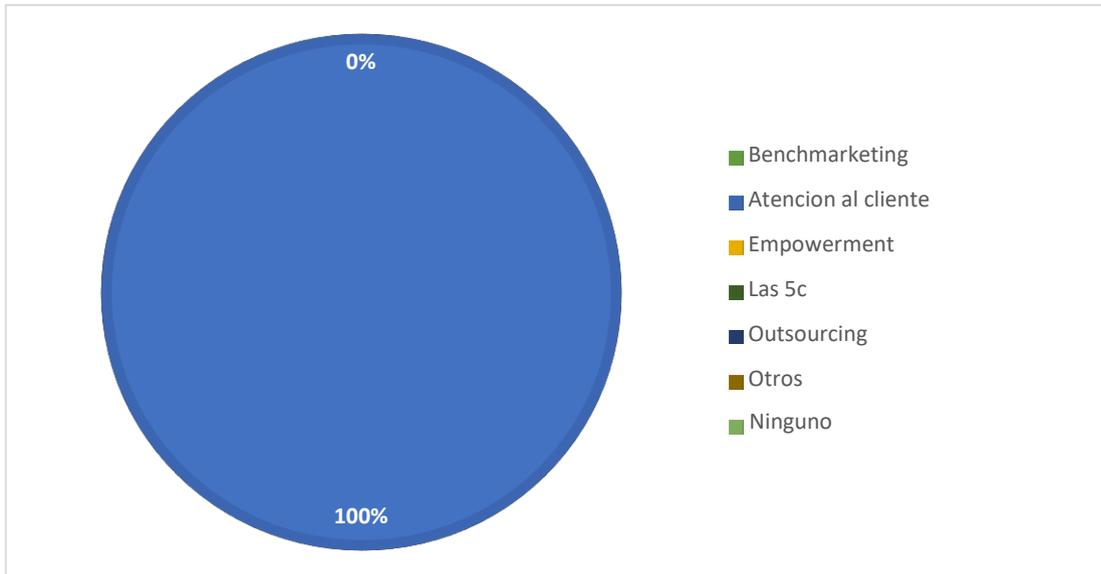


Figura 11. *Conocimiento de técnicas modernas*

Fuente. Tabla 3

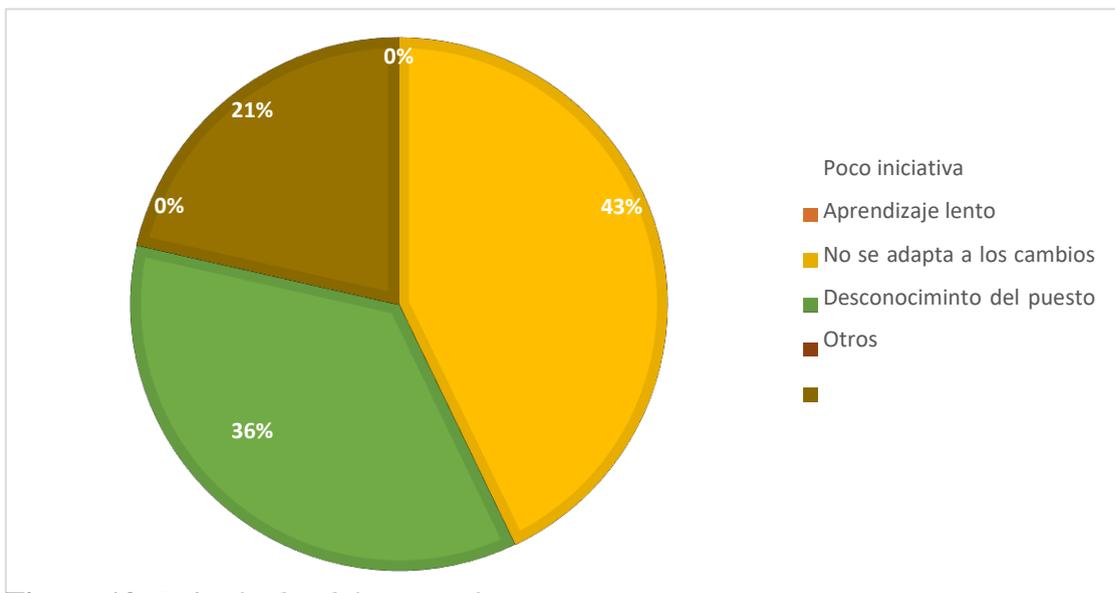


Figura 12. *Dificultades del personal*

Fuente. Tabla 3

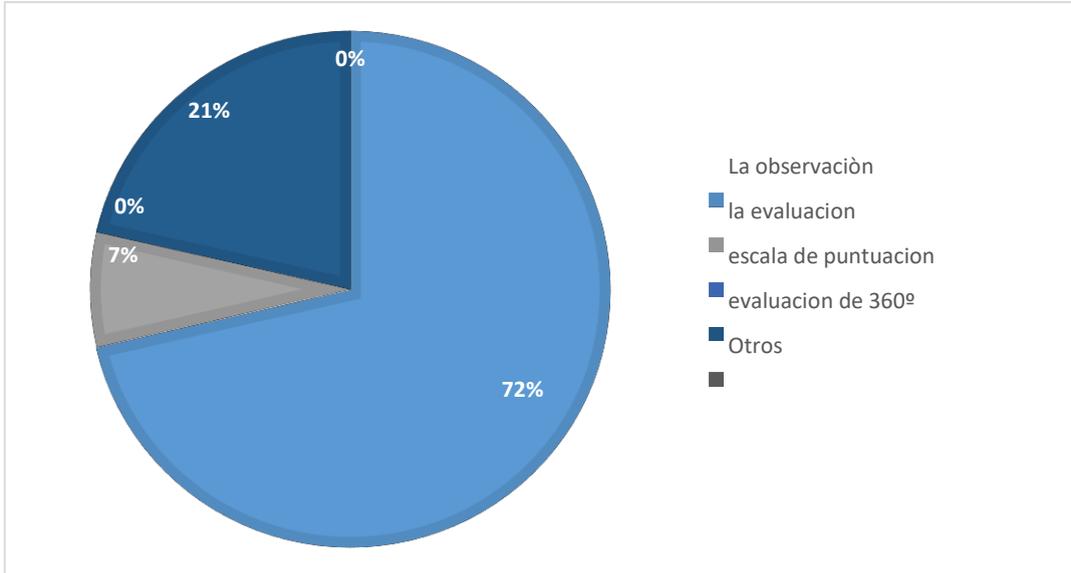


Figura 13. *Técnicas del rendimiento del personal*

Fuente. Tabla 3

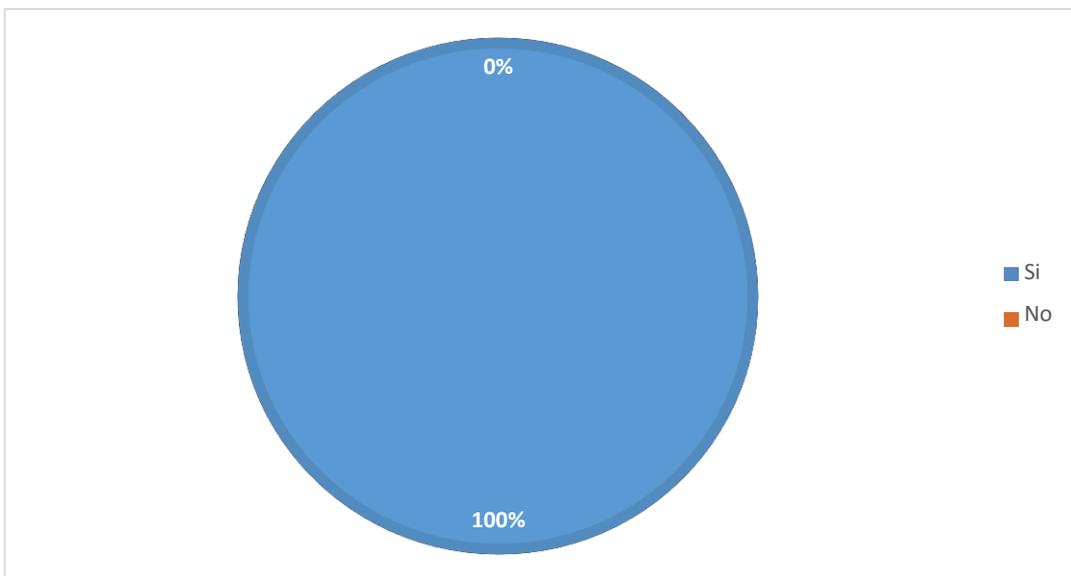


Figura 14. *Gestión de calidad en la mejora del negocio*

Fuente. Tabla 3

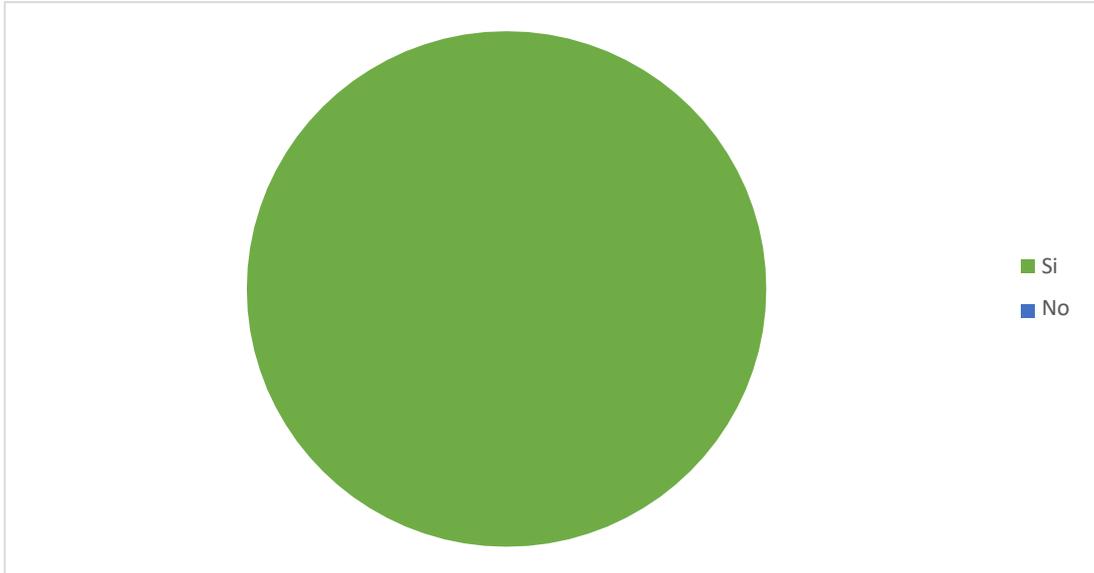


Figura 15. *Gestión de calidad ayuda a alcanzar las metas de la empresa*
Fuente. Tabla 3

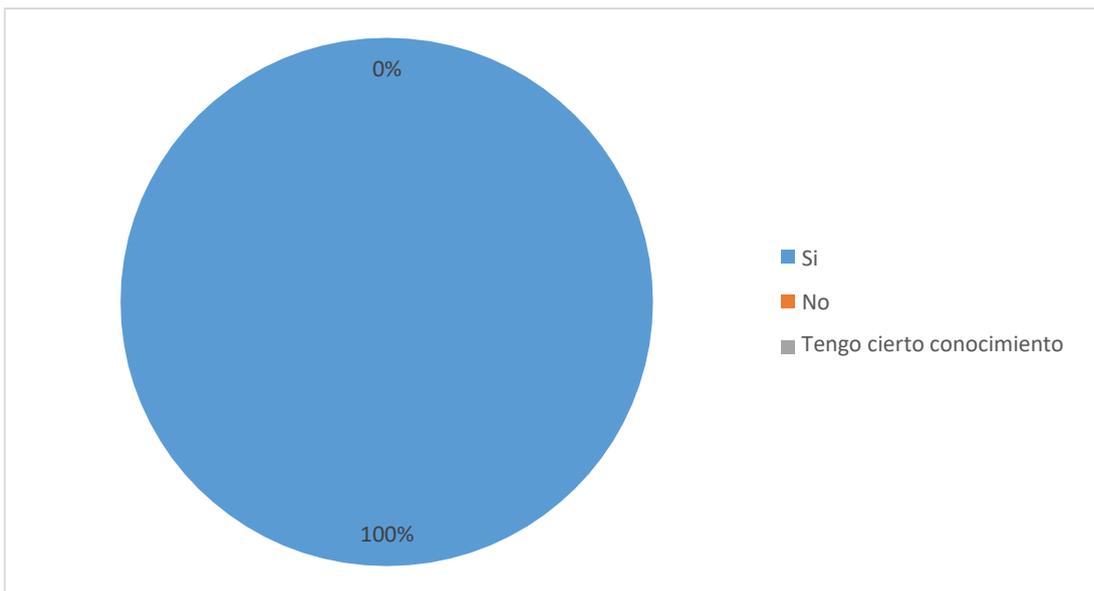


Figura 16. *Conoce el término de atención al cliente*
Fuente. Tabla 3

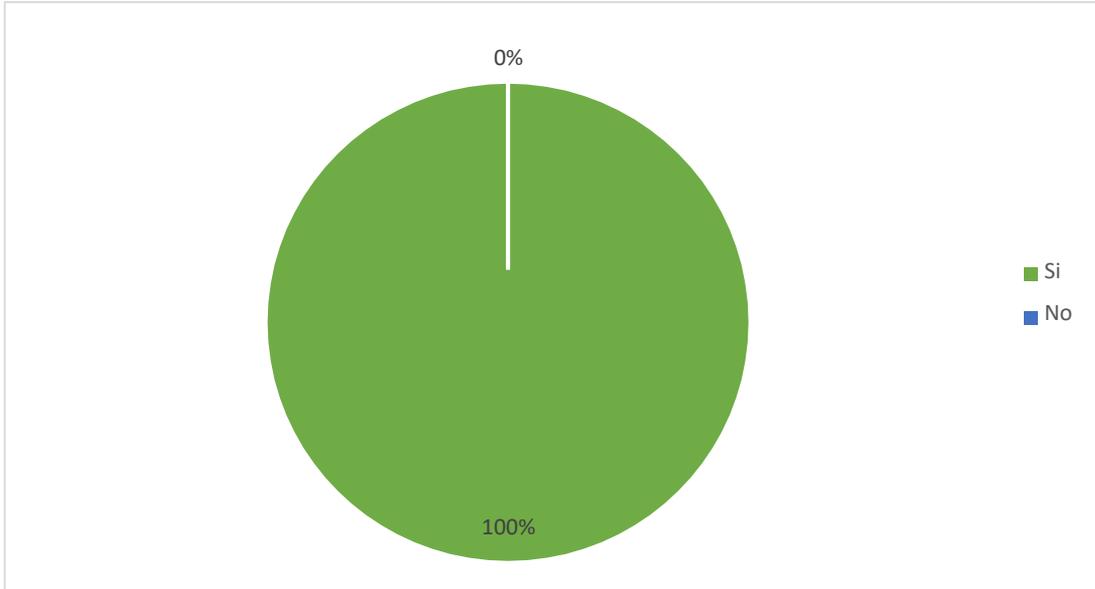


Figura 17. *Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda*

Fuente. Tabla 3

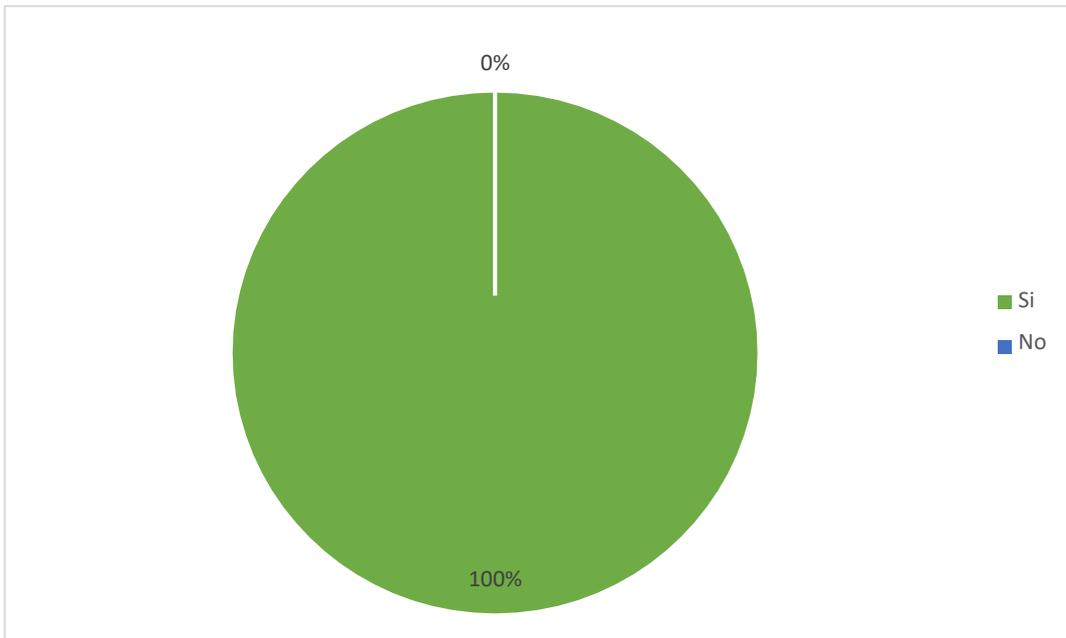


Figura 18. *Cree que la atención al cliente es muy fundamental para la empresa*

Fuente. Tabla 3

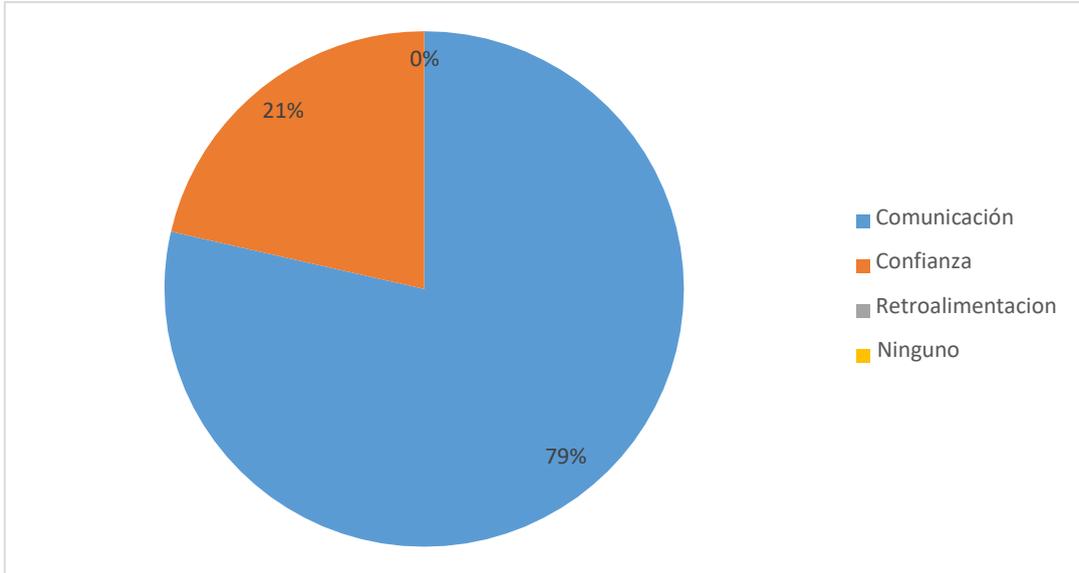


Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

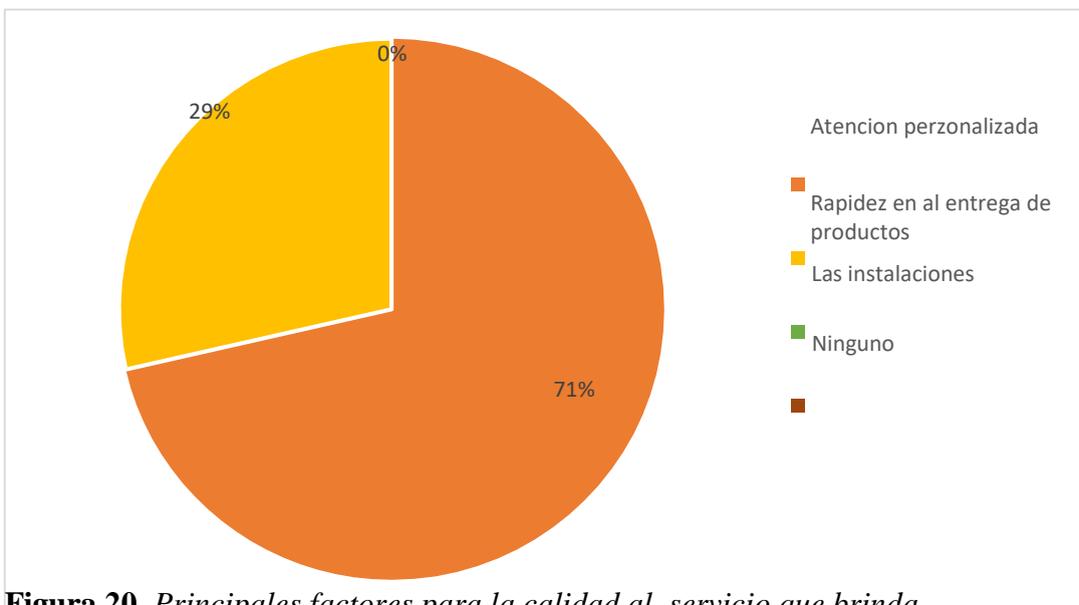


Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda

Fuente. Tabla 3

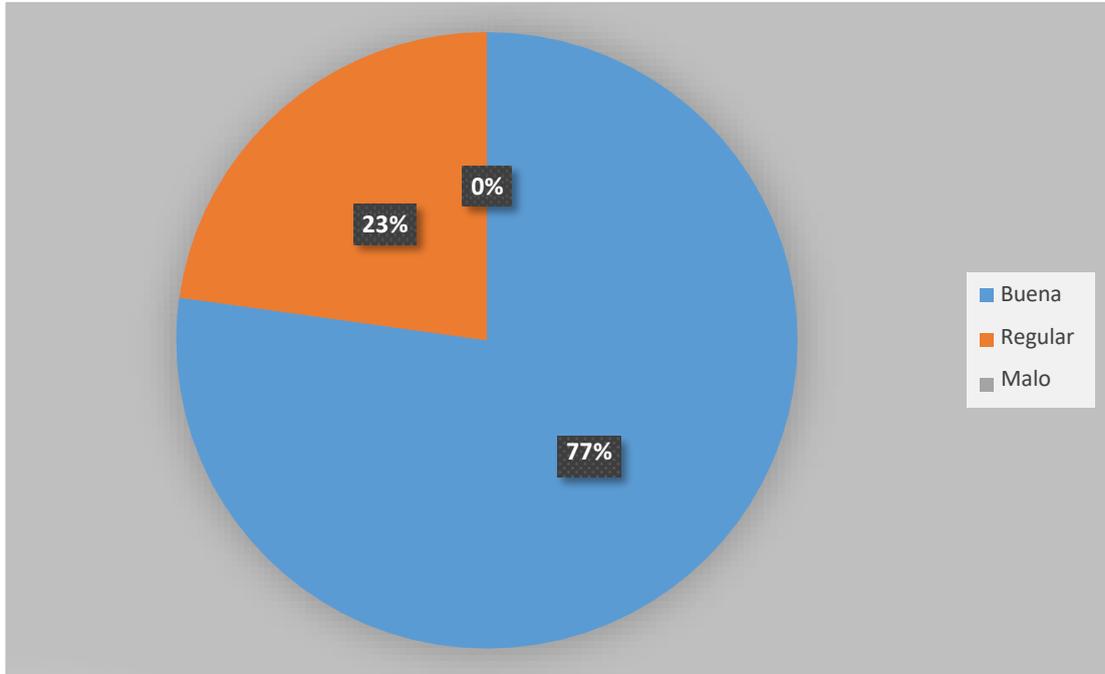


Figura 21. La atención que brinda a los clientes

Fuente. Tabla 3

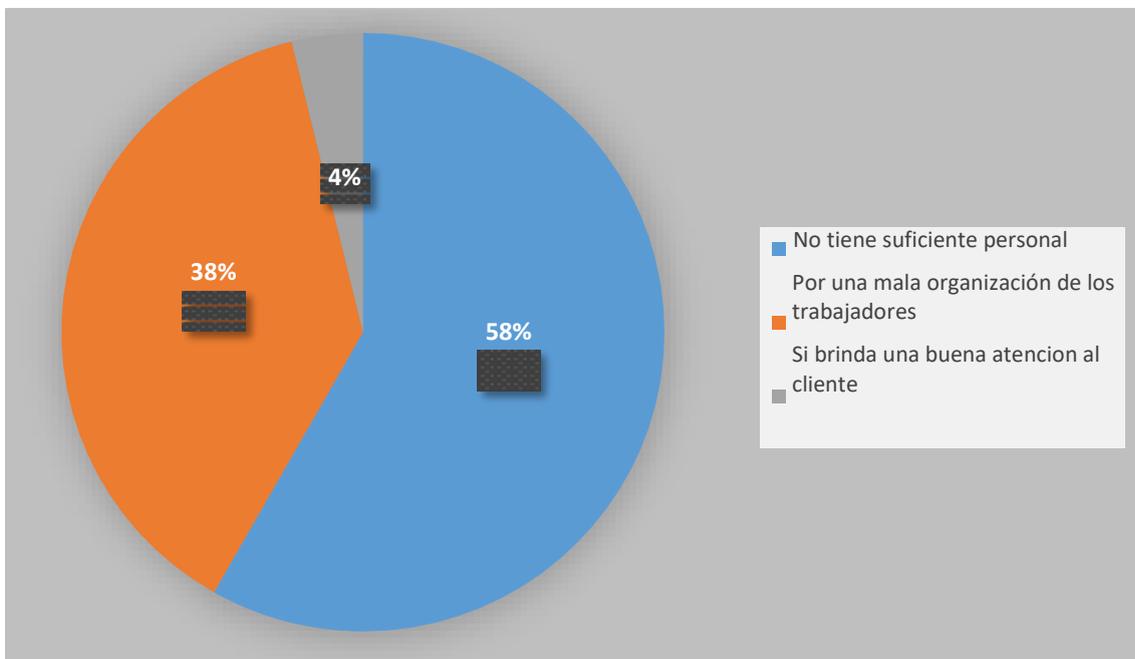


Figura 22. Porque considera que se está dando una mala atención al cliente

Fuente. Tabla 3

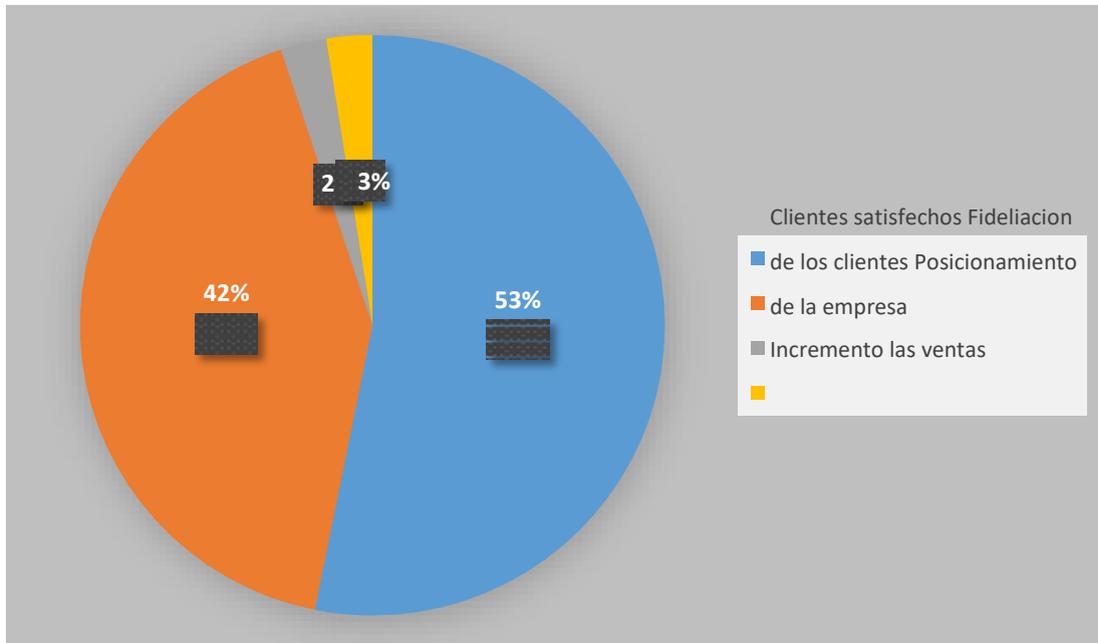


Figura 23. Resultados que obtuvo brindando una buena atención al cliente

Fuente. Tabla 3

