



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE
COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERÍAS EN LA ZONA
CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023.**

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

AUTOR

GARCIA ALFARO, JHONNATAN DAVID

0000 0002 6679 4507

ASESORA

MGTR. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2023



FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0230-061-2026 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **18:45** horas del día **03** de **Abril** del **2026** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Mgtr. ESTRADA DÍAZ ELIDA ADELIA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERÍAS EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023.**

Presentada Por :
(0111111038) **GARCIA ALFARO JHONNATAN DAVID**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Mgtr. ESTRADA DÍAZ ELIDA ADELIA
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERRÍAS EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023. Del (de la) estudiante GARCIA ALFARO JHONNATAN DAVID, asesorado por ESTRADA DÍAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 15% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 24 de Junio del 2026




Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

DEDICATORIA

Más que una dedicatoria es una promesa que me permite realizar un logro más como hijo, hermano, como pareja y como ciudadano, si bien es claro esta consagración ha sido un poco difícil para todos, dedicar este logro cometido a las personas que siempre confiaron en mi a pesar de los sinsabores de la vida, con el tiempo que me tomó y las diversas dificultades, ofrendar este pequeño pero valioso logro a las personas importantes que están dentro de mi vida, Gracias.

AGRADECIMIENTO

Antes que nada y sobre todas las cosas agradecer a Dios por la voluntad que generó para poder realizar distintos tipos de actividades ante, durante, después de todo el ejercicio académico y también a las personas que estuvieron a mi lado directa o indirectamente tanto como lo son familiares, docentes, con todo ello permitirme el grato logro por la que me estaba preparando a pesar de los momentos difíciles que suceden en el transcurso de cualquier actividad.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	I
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
INDICE DE GENERAL	VII
LISTA DE TABLAS.....	VIII
LISTA DE FIGURAS.....	IX
RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION ..	1
II. MARCO TEORICO	7
2.1. Antecedentes	7
2.2. Bases teóricas	15
2.3. HIPÓTESIS.....	26
III. METODOLOGIA.....	27
3.1. Nivel, tipo y diseño de investigación.....	27
3.2. Población y muestra	28
3.3. Variable, definicion y operacionalización	36
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de información.....	31
3.5. Método de analisis de datos	31
3.6. Aspectos éticos.....	32
IV RESULTADOS.....	41
V. ANALISIS DE RESULTADOS.....	52
VI. CONCLUSIONES.....	71
VI. RECOMENDACIONES.....	73
REFERENCIAS BIBIOLGRAFICAS.....	74
ANEXOS	79
Anexo 01. Matriz de consistencia.....	79

Anexo 02. Instrumento de recolección de información.....	81
Anexo 03. Validez de instrumento.....	83
Anexo 04. Confiabilidad del consentimiento informado.....	98
Anexo 05. Formato de consentimiento informado.....	99
Anexo 06. Documento de aprobacion	102
Anexo 07Evidencia de ejecucion.....	103

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Características principales de los procesos de atención en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona central del distrito Chimbote, año 2023	34
Tabla 2. Características principales de las estrategias de atención en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona central del distrito Chimbote, año 2023	43
Tabla 3. Características de los principios de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona central del distrito Chimbote, año 2023	45
Tabla 4. Características de las formas de medir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona central del distrito Chimbote, año 2023.....	48
Tabla 5. Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona central del distrito Chimbote, año 2023	

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Características de la atención al cliente como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.....	35
Figura 2. Características principales de las estrategias de atención en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.....	44
Figura 3. Características de los principios de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.....	47
Figura 4. Características de las formas de medir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.....	49

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad permite un mejor funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023, el diseño de investigación fue no experimental, transversal, descriptiva de propuesta, asimismo se seleccionó una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas, para recopilar la información se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 21 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados, el 41.67% de representantes indicaron que los clientes quedan satisfechos, el 75% de representantes indicaron que no practican la técnica del liderazgo, el 66.67% no implementan estrategias para el logro de los objetivos, el 66.67% indicaron que no reciben reclamos constantemente. Se concluye lo siguiente: La mayoría de micro y pequeñas empresas no obtienen buenos resultados después de la compra, porque no practican la técnica del liderazgo, también porque no implementan estrategias para el logro de los objetivos, sin embargo, no reciben reclamos constantemente

Palabras clave: calidad, capacitación, gestión, principios

ABSTRACT

The present research work had as general objective, to determine if the improvement of customer service as a relevant factor of quality management allows a better functioning in micro and small companies in the service sector, item cevicherías in the downtown area of the Chimbote district, year 2023, the research design was non-experimental, cross-sectional, descriptive of the proposal, abundant a sample population of 12 micro and small companies was selected, to collect the information the survey technique was applied and as an instrument a questionnaire of 14 questions, obtaining the following results, 41.67% of representatives indicated that customers did not obtain good results after purchasing the product, 75% of representatives indicated that they did not practice the leadership technique, 66.67% did not implement strategies to achieve the objectives, 66.67% indicated that they did not receive constant complaints. The following is concluded: The majority of micro and small companies do not obtain good results after the purchase, because they do not practice the leadership technique, also because they do not implement strategies to achieve the objectives, however, they do not constantly receive complaints.

Keywords: quality, training, management, principles

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este trabajo de investigación se basará sobre la importancia que tienen las microempresas para que el país pueda desarrollarse de manera positiva, así mismo, se enfocara en la variable de la gestión de calidad y atención al cliente, esto se debe a que, la atención al cliente es importante en toda organización para que pueda sobresalir. Se puede afirmar que los clientes son la pieza clave para que un negocio o entidad pueda dar buenos resultados. Muchos clientes invierten dinero considerable anualmente en un solo negocio, por lo que se espera que cuando tengan algún problema o inconveniente el área de atención al cliente pueda resolverse sin poner algún inconveniente.

Es indiscutible la gran importancia que las micro, pequeñas y medianas empresas tienen en el desarrollo de la economía a nivel nacional y mundial, ya que estas son la fuente principal de empleo e ingresos de muchas personas. Sin embargo, hay diversos factores que retrasan su desarrollo como el nivel de productividad, competitividad, eficacia, eficiencia en diversos aspectos, la tecnología y la informalidad que tienen estas organizaciones; un reto que enfrentan las empresas para que puedan crecer es el alcanzar las expectativas que los clientes esperan de ellos.

En el tiempo de la pandemia causada por el COVID 19 hubo una crisis económica sorprendente a nivel mundial afectando grandemente a las empresas. Se considera que, las pymes fueron las más afectadas por esta pandemia, los rubros que más perjudicados estuvieron fueron los restaurantes, los hospedajes, las agencias de viaje, las agencias de turismo, las tiendas de ropa, industria textil. Habiéndose dado este suceso las personas que representaban a casa país buscaron soluciones y buscaban apoyar principalmente a las pymes, diferentes países habían acordado una serie de disposiciones económicas que tenían que ver más que nada con los aplazamientos de préstamos otorgados por los bancos a las empresas, el aumento de garantías para préstamos. Sin embargo, existe un problema muy específico por el cual las empresas no logran desarrollarse satisfactoriamente y fracasan, se debe a la atención que brindan los trabajadores hacia los clientes. Esto sin recalcar que el servicio al cliente es una de las fortalezas que tienen las micro y pequeñas empresas, si estas pequeñas empresas aprovecharan esta ventaja podrían competir con grandes empresas que tienen condiciones de ofrecer más variedad de productos, precios más rebajados en el mercado y otros beneficios que una micro y pequeña empresa no podría afrontarlo seguido porque podría perjudicarse en ganancias, otro error que comenten las mypes es el no aplicar las técnicas de gestión de calidad, esto se debe

muchas veces a que desconocen el tema o piensan que no tendrían diferencia de resultados al aplicar estas técnicas (CEPAL, 2020).

Uno de los retos más frecuentes que enfrentan las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel mundial es la respuesta de estas a las grandes expectativas que los clientes esperan de ellas. Un estudio de Zendesk permite conocer que, en 104 países, los clientes son más exigentes con las mipymes que con las grandes empresas. Esto es evidenciado en que el 76% de las personas consultadas esperan una mejor atención de calidad de las pequeñas empresas y estos clientes en muchas ocasiones juzgan la experiencia del servicio brindado con una base en los estándares establecidos por empresas grandes como Mac Donals. Otro problema de las micro y pequeñas empresas es que no logran gestionar adecuadamente sus procesos y eso no facilita la mejora de productividad de cada una de ellas, por eso se les recomienda crear planes de acción como, mejorar el servicio de atención que se les brinda a los clientes para que de esta manera pueda mejorar la gestión de calidad (López, 2019).

En el país de Colombia el problema que tienen las micro y pequeñas es el de dar un buen servicio a los clientes por lo que es el factor principal para retroalimentar, en beneficio de la experiencia de los consumidores frente a la marca, es la personalización. Las micro y pequeñas empresas no solo deben conformarse con extraer información necesaria de sus clientes, teniendo la ventaja que se genera a través de las redes sociales, sino el tener el compromiso y el querer saber lo fundamental de esa base de datos para poder individualizar la relación con el cliente y poder darle valor, mayor compromiso y mayor ganancia a la relación comercial. De esta manera se recomienda a las micro y pequeñas empresas estudiar el perfil de cada cliente, cuáles son sus hábitos, que cosas le gustan, cuáles son sus necesidades y en general su perfil total como cliente (Rodríguez, 2020).

En el país de Argentina, las empresas presentan problemas consecutivos sobre la atención que se les brinda a los clientes ya que estos no tienen una gestión técnica, por ello se le sugiera invertir en capacitaciones para que los trabajadores puedan atender a los comensales de forma personalizada teniendo buena comunicación, por otro lado, también se le recomienda tener charlas sobre la gestión de calidad para que se pueda tener una mejora en el rendimiento de la empresa (Gregosz, 2021).

En Chile, en el año 2020 varias empresas fracasaron en el intento ya que sus representantes no tienen los conocimientos necesarios sobre que es una buena gestión de calidad ni como saber implementar técnicas de gestión de calidad, por este sentido se

transmite la falta de comprensión del proceso de planificación, por otro lado no hay inversión en el talento humano, otro de los errores más comunes es el desconocimiento de las necesidades y expectativas que los clientes se desean llevar de cada organización, por eso se les recomienda implementar el método PHVA la cual es un proceso de planificación diseñado para que las organizaciones en general que lo lleguen a utilizar puedan llevar un incremento en los estándares de calidad y puedan ser más eficientes (Roa, 2021).

En cuanto a Perú, la gran mayoría de micro y pequeñas empresas fracasan en el camino porque no tienen políticas de gestión de calidad, esto da como reacción el no brindar un buen servicio a los clientes que lleguen a la organización y se debe a que el personal no está capacitado oportunamente desconociendo las pautas o pasos de como poder dar solución a un problema que tenga el cliente (Ramírez, 2018).

En el distrito de Chimbote donde se desarrolló la investigación se pudo observar que no se brinda un buen servicio a los clientes por los siguientes motivos: falta de capacitación al personal de atención y gestión de calidad, falta de capacitación de cómo atender a un cliente correctamente, no saber cómo solucionar un problema cuando algún cliente presenta un reclamo o desea realizar una consulta, no existe un procedimiento claro de cómo resolver los reclamos, por lo que cada uno de ellos resolverá el problema como crea que sea conveniente para él, mas no para el cliente, por eso se les recomienda a los representantes de la ciudad de Chimbote, dar capacitaciones constantes a todo el personal sobre el servicio y la gestión de calidad, así mismo dar una sugerencia de crear un sistema de gestión de reclamos para todos los clientes.

El diseño fue no experimental, transversal, descriptivo de propuesta. Fue no experimental porque no se alterará la variable de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023, solo se determinó la problemática teniendo en cuenta nuestra realidad del entorno sin sufrir ninguna alteración. Además, fue transversal porque se desarrolló en un espacio determinado, teniendo un inicio y un fin. Fue descriptivo porque se describió las principales características de las dimensiones atención al cliente y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías, año 2023. De propuesta porque se elaboró una propuesta para poder solucionar los diferentes problemas que fueron identificados en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.

La muestra que se utilizó fue de 13 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023. La técnica de recolección de datos que se utilizó será la encuesta y como instrumento el cuestionario estructurado en 23 preguntas.

Formulación del Problema:

Problema general

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

¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023?

Problemas específicos

Asimismo, se planteó los siguientes problemas específicos:

¿Cuáles son las características de los principios de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023?

¿Cuáles son las características de la forma de medir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023?

¿Cuáles son las características de los procesos de atención en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023?

¿Cuáles son las características de las estrategias de atención en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023?

¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023?

Justificación

Práctica

El presente trabajo se justificó porque con los resultados obtenidos permitió realizar estrategias de cómo realizar una buena gestión de calidad en cuanto a la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote.

Teórica

Asimismo, la presente investigación se justificó porque permitió a nosotros como estudiantes obtener nuevos conocimientos, facilitando también a nuevos investigadores con respecto a las bases teóricas de gestión de calidad y atención al cliente.

Metodológica

Por último, el presente trabajo se justificó con el instrumento del cuestionario, ya que con la encuesta realizada a los trabajadores se identificó que problemas tiene las MYPE, del cual se planteó una propuesta de mejora.

Objetivo General

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

Realizar una propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Objetivos Específicos:

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

Definir las características de los principios de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023.

Definir las características de la forma de medir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Describir las características de los procesos de atención en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023.

Describir las características de las estrategias de atención en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023.

Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Yasser (2018), en su tesis para obtener el título de licenciado por la Universidad Rafael Landívar, Guatemala, titulado Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burgger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa, tuvo como objetivo general determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante de comida rapida Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa. La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de tipo descriptiva. Para la recopilación de la información se utilizó una población de 6000 clientes, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario elaborado con 24 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el 42% indicaron que el tiempo de comida que buscan satisfacer en el restaurante es el almuerzo, el 52% de clientes indican que el trato, la amabilidad son excelentes, el 43% indico que la rapidez del servicio es excelente, el 70% indica que el tiempo para recibir respuesta a sus reclamos es bueno. Como conclusión se pudo determinar que, la minoría de encuestados indicaron que el tiempo de comida que buscan satisfacer en el restaurante es el almuerzo, la mayoría indico que es excelente el trato y la amabilidad de los trabajadores, la minoría indico que la rapidez del servicio es excelente y la mayoría indico que el tiempo que se demora la empresa para atender o dar respuestas a sus reclamos es buena.

Velásquez (2019), en su tesis para obtener el título de licenciado por la Universidad de Guayaquil, Ecuador, titulado Propuesta de estrategias para mejorar la atención al cliente en un restaurante en Ecuador, se planteó el siguiente objetivo general: proponer estrategias para poder mejorar la atención al cliente en el restaurante. La metodología que se utilizó fue de tipo descriptiva. Para la recolección de datos se utilizó una muestra censal y como técnica la entrevista, llegando a las siguientes conclusiones; tanto el dueño como el administrador del restaurante entrevistado desean mejorar la calidad de la atención que se les brinda a los clientes, pero lo que se los impide es el desconocimiento para que puedan desarrollar estrategias de gestión de calidad en atención al cliente, por otro lado, se presenta el caso de no contar con personal capacitado y esto

está perjudicando a la empresa ya que no pueden implementar ideas que les ayude a mejorar como empresa, otro de los problemas es la escasez de recursos financieros, esto no ayuda a que puedan tener mejor el establecimiento, así mismo no hay un personal capacitado de cómo atender correctamente a un cliente, por lo que se sugiere al gerente contratar a expertos para que puedan capacitar a los trabajadores, de esta manera puedan aumentar la gestión de calidad de servicio al cliente.

Aviles y Cadeño (2018), en su tesis para obtener el título de licenciados por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador, titulado Diseño de un modelo de gestión de calidad de servicio al cliente para el restaurante “La Finquita”, tuvo como objetivo general diseñar un modelo de gestión de calidad de servicio al cliente mediante estrategias que permitan incrementar las ventas del restaurante “La Finquita” en la ciudad de Guayaquil. La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de tipo descriptiva y correlacional. Para la recopilación de la información se utilizó una población de 121 clientes, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario elaborado con 6 preguntas obteniendo los siguientes resultados: El 94,3% de los consumidores espero entre 5 a 10 para recibir lo que habían ordenado, el 98,4 de clientes indico que si recomendarían el negocio con sus familiares y amigos. Como conclusión se pudo determinar que la mayoría de los clientes no esperar mucho tiempo desde la hora que realizan el pedido hasta el momento que lo ponen en la mesa, asimismo indicaron que el lugar si lo recomendarían con amigos, familiares y conocidos.

Antecedentes nacionales

Congo (2019), en su tesis para obtener el título de licenciado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulado Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma. año 2019, tuvo como objetivo general determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, año 2019. La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo – de propuesta. Para la recopilación de la información se utilizó una población de 13 micro y pequeñas empresas, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario elaborado con 23 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el 46,15% de los

representantes tienen grado de educación básica, el 84,62% tienen el cargo de administrador, el 100% de los representantes respondieron que el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias, el 64,54% de los representantes si tienen conocimiento sobre la variable de la gestión de calidad, el 53,85% de los encuestados no utiliza las técnicas modernas de la gestión de calidad, el 38,46% indican que la dificultad de implementar la gestión de calidad en sus negocios es la poca iniciativa del personal, el 84,62% de los encuestados si tienen conocimiento sobre el termino atención al cliente, el 100% si cree que la atención al cliente es fundamental en una organización, el 46,15% cree que la atención personalizada es un factor que influye a una buena calidad de servicio, el 69,23% de los representantes dan a conocer que dan una mala atención al cliente por una falta de organización de los trabajadores, el 53,85% de los encuestados han obtenido clientes satisfechos como resultado de una buena atención al cliente. Como conclusión se pudo determinar que, la mayoría de los representantes tienen un grado de instrucción de educación básica, la totalidad de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, la mayoría de los representantes si tienen conocimiento sobre la variable de gestión de calidad, la mayoría de los encuestados no utilizan las técnicas de la gestión de calidad, la minoría de los representantes indicaron que la dificultad que se les presenta para implementar la gestión de calidad en sus establecimientos es la poca iniciativa del personal, la mayoría de los encuestados indicaron que si tienen conocimiento sobre la variable de la atención al cliente, la totalidad si cree que la variable de la atención al cliente es fundamental para que regresen al establecimiento, la minoría cree que la atención personalizada con los clientes es un factor que influye para una buena calidad de servicio, la mayoría de representantes dieron a conocer que se brinda una mala atención a los clientes por la falta de organización de los trabajadores, la mayoría de los encuestados respondieron que obtienen clientes muy satisfechos como resultado de una buena atención.

Pacheco (2019), en su tesis para obtener el título de licenciado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulado Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco, 2019, tuvo como objetivo general determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco, 2019. La metodología

que se utilizó en el trabajo de investigación fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo. Para la recopilación de la información se utilizó una población de 6 micro y pequeñas empresas, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario elaborado con 23 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el 66,67% de los representantes tienen grado de superior técnico, el 66,67% tienen el cargo de administrador, el 66,67% de los representantes respondieron que el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias, el 66,67% de los representantes no tienen conocimiento sobre la variable de la gestión de calidad, el 100% de los encuestados utiliza la técnica moderna del marketing, el 66,67% indican que la dificultad de implementar la gestión de calidad en sus negocios es la poca iniciativa del personal, el 100% de los encuestados si tienen conocimiento sobre el termino atención al cliente, el 100% si cree que la atención al cliente es fundamental en una organización, el 50% cree que la rapidez en la entrega de los productos es un factor que influye a una buena calidad de servicio, el 66,67% de los representantes dan a conocer si dan una buena atención, el 50% de los encuestados han obtenido fidelización de los clientes como resultado de una buena atención al cliente. Como conclusión se pudo determinar que la mayoría de los representantes de las organizaciones tienen grado superior técnico y ocupan el cargo de administrador, asimismo que el objetivo de creación de las empresas es el de generar ganancias, sin embargo respondieron que no tienen conocimiento sobre la variable de gestión de calidad, la totalidad de encuestados indico que el marketing dentro de sus empresas como técnica moderna, la mayoría indico que la dificultad que tienen para poder implementar la gestión de calidad dentro de sus negocios es la poca iniciativa del personal, la totalidad de encuestados si tienen conocimiento sobre la variable de atención al cliente y también creen que la atención al cliente es fundamental para que los clientes regresen al establecimiento, la mayoría de los representantes creen que la rapidez en la entrega de los productos es un factor que influye en la buena calidad de servicio hacia los clientes, por otro lado dan a conocer que si dan una buena atención a sus clientes y como resultado de la buena atención es la fidelización de ellos hacia su organización.

Huanchaco (2020), en su tesis para obtener el título de licenciado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulado Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de productos hidrobiológicos del distrito

de Casma, 2020, tuvo como objetivo general formular una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo. Para la recopilación de la información se utilizó una población de 40 micro y pequeñas empresas, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario elaborado con 25 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el 55% de los representantes tienen grado de educación básica, el 60% es dueño de su organización, el 55% de los representantes respondieron que el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias, el 75% de los representantes no tienen conocimiento sobre la variable de la gestión de calidad, el 35% de los encuestados no utiliza las técnicas modernas de la gestión de calidad, el 60% indican que la dificultad de implementar la gestión de calidad en sus negocios es la poca iniciativa del personal, el 75% de los encuestados no tienen conocimiento sobre el término atención al cliente, el 100% si cree que la atención al cliente es fundamental en una organización, el 35% cree que la atención personalizada es un factor que influye a una buena calidad de servicio, el 65% de los representantes dan a conocer que dan una mala atención al cliente por una falta de organización de los trabajadores, el 45% de los encuestados han obtenido la fidelización de los clientes como resultado de una buena atención al cliente. Como conclusión se pudo determinar que, en las características de los representantes de las mypes del sector servicios rubro restaurante de productos hidrobiológicos de Casma, el 55% tiene entre 31 a 50 años, el 50% son de género femenino, el 55% tiene educación básica, el 60% son dueños y el 75% tiene entre 4 a 6 años de desempeño del cargo. Se llegó a la conclusión que, la mayoría de representantes tienen grado instrucción educación básica siendo dueños de la organización, sin embargo no tienen conocimiento de la variable de gestión de calidad, la minoría de los representantes indicaron que no utilizan las técnicas de la gestión de calidad, la mayoría indico que la dificultad que se les presenta para implementar la gestión de calidad es la poca iniciativa de los trabajadores, asimismo que no conocen tienen conocimiento de la variable de atención al cliente, la totalidad cree que la atención al cliente es fundamental para que los clientes regresen, la minoría creen que el factor que influye a una buena calidad de servicio es la atención personalizada, la mayoría indico que los trabajadores dan una mala atención al cliente por falta de organización de ellos

mismos, indicando que por buena atención al cliente han obtenido la fidelización de los clientes.

Antecedentes locales

Vásquez (2019), en su tesis para obtener el título de licenciado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulado Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019, tuvo como objetivo general determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019. La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo-de propuesta. Para la recopilación de la información se utilizó una población de 11 micro y pequeñas empresas, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario elaborado con 23 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el 54,55% de los representantes tienen grado superior no universitaria, el 72,73% desempeña el cargo de administrador, el 54,55% de los representantes respondieron que el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias, el 63,64% de los representantes tienen poco conocimiento sobre la variable de la gestión de calidad, el 81,82% de los encuestados utiliza como técnica moderna de gestión de calidad el benchmarking, el 54,55% indican que la dificultad de implementar la gestión de calidad en sus negocios es el que no se adaptan a los cambios, el 81,82% de los encuestados si tienen conocimiento sobre el termino atención al cliente, el 81,82% si cree que la atención al cliente es fundamental en una organización, el 72,73% cree que la rapidez en la entrega de los productos es un factor que influye a una buena calidad de servicio, el 36,36% de los representantes dan a conocer que dan una mala atención al cliente por una falta de organización de los trabajadores, el 54,55% de los encuestados han obtenido la fidelización de los clientes como resultado de una buena atención al cliente. Como conclusión se pudo determinar que, la mayoría de representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria, desempeñando el cargo de administrador, indicando también que la creación de las empresas es para generar ganancias, pero tienen poco conocimiento sobre la variable de gestión de calidad, pero utilizan el benchmarking como técnica moderna de gestión de calidad, indicando también que la dificultad que se les presenta para implementar la gestión de calidad es que los trabajadores no se adaptan

a los cambios, sin embargo, si conocen el término de atención al cliente y creen que la atención al cliente es fundamental para que puedan regresar al establecimiento, por otro lado dieron a conocer que el factor que influye a una buena calidad de servicio es la rapidez en la entrega de los productos, indicando que san una mala atención a los clientes por falta de organización de los trabajadores, pero al dar una buena atención al cliente tienen como resultado la fidelización de ellos.

De la Cruz (2019), en su tesis para obtener el título de licenciado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulado Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, casco urbano, distrito de Chimbote, 2019, tuvo como objetivo general determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, casco urbano, distrito de Chimbote, 2019. La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo-de propuesta. Para la recopilación de la información se utilizó una población de 21 micro y pequeñas empresas, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario elaborado con 23 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el 52,38% de los representantes tienen grado superior no universitaria, el 66,67% desempeña el cargo de administrador, el 85,71% de los representantes respondieron que el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias, el 57,14% de los representantes tienen poco conocimiento sobre la variable de la gestión de calidad, el 80,95% de los encuestados utiliza como técnica moderna de gestión de calidad la atención al cliente, el 47,62% indican que la dificultad de implementar la gestión de calidad en sus negocios es la poca iniciativa del personal, el 100% de los encuestados si tienen conocimiento sobre el termino atención al cliente, el 100% si cree que la atención al cliente es fundamental en una organización, el 57,14% cree que la atención personalizada es un factor que influye a una buena calidad de servicio, el 100% de los representantes dan a conocer que si brindan una buena atención al cliente, el 71,43% de los encuestados han obtenido clientes satisfechos como resultado de una buena atención al cliente. Como conclusión se pudo determinar que, la mayoría de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria desempeñando el cardo de administradores, respondiendo también que el objetivo de creación de las empresas es la de generar ganancias, sin embargo, tienen poco

conocimiento sobre el termino de gestión de calidad, indicando que si utilizan la técnica moderna de la atención al cliente, la minoría indico que la dificultad que tienen para poder implementar la gestión de calidad en sus negocios es la poca iniciativa del personal, la totalidad de representantes si tienen conocimiento sobre la variable de la atención al cliente y creen que la atención al cliente es fundamental en un negocio, la mayoría cree que la atención personalizada hacia los clientes es un factor que influye en la buena calidad de servicio que se les brinda, la totalidad de los representantes dio a conocer que si brindan una buena atención al cliente y como beneficio de ellos obtienen como resultado a clientes satisfechos.

Izquierdo (2018), en su tesis para obtener el título de licenciado por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú, titulado Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro pollerías, casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018, tuvo como objetivo general determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018. La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo-de propuesta. Para la recopilación de la información se utilizó una población de 12 micro y pequeñas empresas, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario elaborado con 23 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el 75% de los representantes tienen grado superior no universitaria, el 83,33% desempeña el cargo de administrador, el 100% de los representantes respondieron que el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias, el 75% de los representantes si tienen conocimiento sobre la variable de la gestión de calidad, el 66,67% de los encuestados utiliza como técnica moderna de gestión de calidad el marketing, el 83,33% indican que la dificultad de implementar la gestión de calidad en sus negocios es la poca iniciativa del personal, el 100% de los encuestados si tienen conocimiento sobre el termino atención al cliente, el 100% si cree que la atención al cliente es fundamental en una organización, el 66,67% cree que las instalaciones son un factor que influye a una buena calidad de servicio, el 100% de los representantes dan a conocer que si brindan una buena atención al cliente, el 75% de los encuestados han obtenido incremento en las ventas como resultado de una buena atención al cliente. Como conclusión se pudo

determinar que, la mayoría de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria, desempeñando el cargo de administrador, la totalidad de representantes respondió que el objetivo de la creación de las empresas es el de generar ganancias, la mayoría de representantes si tiene conocimiento sobre el termino gestión de calidad, utilizando como técnica moderna de la gestión de calidad el marketing, pero indican que la dificultad que se les presenta para implementar la gestión de calidad es la poca iniciativa del personal, la totalidad indico que si tienen conocimiento sobre el termino atención al cliente y también creen que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, la mayoría cree que las instalación son un factor que influye en la buena calidad de servicio, la totalidad dio a conocer que si se brinda una buena atención al cliente, la mayoría de los representantes indicaron que el beneficio que se les presenta al dar una buena atención al cliente es el incremento de sus ventas.

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Atención al cliente

La variable de atención al cliente es uno de los pilares más importantes dentro de la organización ya que ayuda a generar rentabilidad, esto se debe a que el servicio al cliente se relaciona directamente con la satisfacción de los consumidores, es lo que el cliente se lleva como experiencia.

El servicio al cliente se puede definir como un concepto que abarca todas las estrategias que se puedan aplicar y estén orientados a que puedan satisfacer las necesidades de los clientes sea de un producto o sea de un servicio. Por otro lado, este concepto esta llenamente relacionado con cumplir todas las necesidades que los clientes deseen, de esta manera ayudar a poder resolver cualquier inquietud o problema. Aunque esta variable se vea de manera sencilla, esto engloba diversos factores que va más allá de dar u ofrecer un buen producto, como: trato personalizado, amabilidad de todo el personal hacia los diferentes clientes, la rapidez con la que se atiende, la seguridad que muestran los trabajadores al ofrecer dicho producto o servicio, entre diferentes cosas.

Se puede afirmar que el éxito de toda empresa depende principalmente de la demanda de los clientes hacia el producto o servicio que desean adquirir y que esto sea satisfactorio para ellos. De lo contrario, si una empresa no logra satisfacer las necesidades que el cliente tenga, su tiempo dentro del mercado será corto, por lo que todas las empresas deberán destinar los esfuerzos únicamente hacia sus clientes, para que puedan

satisfacer sus necesidades, por muy insignificante que la empresa lo vea, porque sin lugar a duda los clientes son la verdadera rentabilidad de las empresas, de nada servirá si las empresas sacan al mercado un producto de buena calidad a buen precio si es que no hay personas que compren o deseen este producto (Serna, 2019).

Por otro lado, Arenal (2019), nos dice que la atención es el servicio brindado de una entidad con el objetivo de tener una relación amena con el cliente y de esta manera el lograr obtener y conocer cuáles son sus deseos o necesidades, esta variable es una herramienta que se debe establecer en todas las organizaciones sin excepción, pues la atención al cliente sirve para que el trabajador pueda interactuar con el cliente y así, este pueda explicar la información necesaria a la persona que va a adquirir el producto. El personal que se pone a cargo de la atención son los encargados de generar contacto directo con los clientes, lo que ellos perciban del trabajador es lo que comentaran en otro lugar, por eso el trabajador que tiene como función atender al cliente tiene que generar un trato personalizado resolviendo sus consultas, dudas o problemas haciendo que el cliente se sienta cómodo y satisfecho con la atención brindada, todo el personal debe trabajar conjuntamente con el único propósito de que cada cliente pueda marcharse satisfecho de la organización.

Características de atención al cliente

Todos los clientes al realizar una compra de producto o servicio deben tener un asesoramiento antes, durante y después de la compra. El servicio al cliente genera este apoyo a través de información y la creación de un entorno de confianza. Esta técnica moderna que es la atención al cliente se puede brindar de diferentes maneras, por el teléfono, por correo electrónico, por las redes sociales y otros canales. El servicio de atención hacia el cliente puede llegar a ser una magnífica manera de que te puedas distinguir de las demás empresas que ofrecen los mismos servicios o productos. Las diferentes empresas que se preocupan por sus clientes y asimismo tratan de invertir sea económicamente o en tiempo para que puedan asegurarse de que haya soluciones en lo que los clientes buscan o necesitan son consideradas empresas orientadas al servicio al cliente.

Por otro lado, para que las organizaciones puedan llegar a los objetivos planteados del servicio al cliente tienen que contar con las siguientes características clave.

- Servicio personalizado: Llegar a realizar un buen servicio al cliente siempre empieza con un toque humano. El personalizar el trato, el servicio que le brindas al cliente, ayuda a crear vínculos con él, mejora y agiliza el proceso, esto da a conocer que la empresa se preocupa por ellos, por sus problemas y sus necesidades.
- Competente: Esta característica es una de las más importantes en cuanto a la atención al cliente. El ser competente significa que todo el equipo tenga el conocimiento ideal de la empresa y la capacitación necesaria para que puedan saber toda la información sobre un producto o servicio que ofrecen, así mismo como el poder solucionar los problemas o las dudas que el cliente tenga.
- Conveniente: La mayoría de los clientes al contactarse con la empresa buscan el ponerse en contacto con un representante de servicio al cliente a través de un canal que sea más conveniente y convincente para ellos. Es por ello por lo que, se le debe dar asistencia y ayuda de manera rápida para que puedan saber cómo entablar comunicación con la empresa.
- Proactivo: Todo cliente desea que las empresas trabajen de manera proactiva para que se comuniquen con ellos, singularmente cuando la empresa presente algún problema. Puede ser que los clientes no se sientan contentos con esos problemas, pero agradecerán el gesto de comunicarse con ellos para que los mantengan informados.

El área de la atención al cliente y sus trabajadores son los que realmente representan a la empresa en primera instancia. Los objetivos de la atención al cliente son objetivos y pautas específicas que una empresa establece para que pueda garantizar que todo cliente que ingrese al establecimiento este cien por ciento satisfecho con el servicio que se les está brindando por parte de los trabajadores. Lograr un buen servicio al cliente se trata de satisfacer las necesidades y gustos que cualquier cliente pueda tener de manera eficiente (González, 2020).

Arenal (2019), menciona que una de las características de la atención al cliente es la disposición previa de los trabajadores para con el cliente, la correcta comunicación que se establece entre trabajador y cliente genera una relación positiva durante el tiempo de la atención. El respeto y la amabilidad que se brinda siempre es fundamental, dar la información correcta y en caso el cliente no entienda algo de lo que se le explica ser cordial al volver a tocar el tema, siempre se debe mantener la cordialidad y respeto cuando

se atiende a cualquier persona que ingrese al establecimiento generando en todo momento contacto visual para que el proceso de atención sea más rápido y eficiente, de esta manera puedan satisfacer las necesidades del cliente al momento de entregar el producto.

Importancia de la atención al cliente

Mateos (2019), da a conocer que los clientes son lo más importante en una organización para que esta pueda tener producción y a la vez ganancias esperadas, los clientes en toda empresa tienen el poder de decidir, mientras pasa el tiempo estos se ponen más exigentes con sus gustos, preferencias y necesidades, es por eso que cada empresa debe de tener una base de datos en la cual puedan visualizar que necesidades tienen sus clientes y que productos pueden lanzar al mercado para que puedan satisfacerlos directamente. El brindar una buena atención es el objetivo principal de toda empresa, el atender bien a un cliente genera que capten a nuevos y que mantengan a los que ya se tienen, es por eso por lo que siempre se debe capacitar a los trabajadores en general para que puedan dar un trato personalizado a cada cliente, muestren predisposición y la rapidez de atenderlos para que estos queden satisfechos, y quizá de también de esta manera se genere la publicidad de boca en boca.

Elementos de la atención al cliente

Según Torado (2018), los elementos de la atención al cliente están conformados por el entorno que tiene los componentes físicos y accesorios para su correcto funcionamiento, por la empresa que esta está conformado por todo lo tangible que usa la entidad para dar un buen servicio de calidad; de esta manera se pueda satisfacer las necesidades de los clientes y por los trabajadores que son la primera impresión que se lleva el cliente cuando empiezan a entablar una conversación, depende del trato que reciban y como es que se sientan será la imagen que se lleven del lugar donde estuvieron.

Beneficios que logran obtener al dar un correcto servicio al cliente

El tener la satisfacción de los clientes por el servicio que se les brinda es muy importante por lo que se mencionara cuáles son los beneficios que se obtiene al dar una atención de calidad: La lealtad por parte del cliente, esto es muy bueno ya que, el fidelizar a un cliente hace que este regrese al establecimiento para seguir adquiriendo productos que satisfagan sus necesidades, así mismo estos clientes recomiendan el lugar de manera gratuita comentando la buena experiencia que tuvieron al ingresar al establecimiento

puede ser con sus amigos, familiares, conocidos, de esta manera el local se volverá más acreditado y competente en el mercado. El posicionamiento de la empresa es un gran beneficio, la preferencia que tengan los clientes en el local y la confianza, da lugar a que genere más participación dentro del mercado y mayores ganancias (Izquierdo, 2019).

Dimensiones de la atención al cliente

Dimensión 1. Procesos de atención

El proceso de atención son las etapas que una empresa establece para que puedan encargarse correctamente de las dudas, solicitudes, quejas o problemas que tengan o presenten los clientes. Con este proceso las respuestas a los clientes serán de una forma más rápida y eficiente (Allende, 2022).

Indicadores

- a. Contacto con el cliente:** El contacto que el trabajador tenga con el cliente es primordial para que este pueda sentirse a gusto, es por eso que la primera impresión que demuestre será básica, se le tiene que tratar de una manera amable, cortés, siempre tratar de identificar sus necesidades para que el cliente regrese y se vuelva fiel a la organización (Mateos y Torres, 2020).
- b. Información del producto:** Los trabajadores que se relacionan directamente con los clientes deben estar bien informados sobre los productos o servicios que se están brindando, el dar una información errónea del producto que se ofrece, genera que el cliente tenga dudas sobre lo que va a adquirir (Reátegui, 2019).
- c. Resolución de preguntas:** La resolución de preguntas se basa en la capacidad que tiene cada una de las empresas para poder resolver los conflictos que se les presente por parte de los clientes, la resolución de problemas consiste en atender cada inquietud o problema que se presente y proponer planes de acción para que se pueda resolver de manera eficaz y que el cliente sienta que se está haciendo todo lo posible por tratar de apoyarlo y darle solución al conflicto presentado

- d. Finalización de la venta:** Esta es la etapa final donde cada uno de los trabajadores evalúa que tan bien hizo su trabajo para que el cliente quede satisfecho y pueda adquirir algún producto, por otro lado, al terminar con la atención siempre es bueno realizar una encuesta a los clientes para poder reforzar algunos puntos para una próxima visita (Cisneros, 2020).

Dimensión 2: Estrategias de atención

En toda empresa la existencia de clientes es primordial para que una empresa surja de manera positiva, mientras mayor cartera de clientes se tenga en una organización, mayores serán las ganancias que se obtengan, es por eso por lo que es importante implementar estrategias que ayuden a mejorar la atención al cliente siendo de calidad y que esto garantice la satisfacción del comensal (Huancas, 2019).

Indicadores

- a. Ayuda activa:** Teniendo en cuenta que los clientes son fundamentales para una organización es importante la priorización de la ayuda continua de los trabajadores hacia ellos al solucionar los inconvenientes que tengan, al atender a los clientes se debe analizar las necesidades que ellos clientes y para esto el personal en general debe estar capacitado correctamente (Córdova, 2021).
- b. Solución de inquietudes:** Los clientes saben lo molesto que es el esperar por mucho tiempo la atención de un personal, es por eso que, las dudas que tengan los clientes se deben resolver a la brevedad posible para que no surjan inconvenientes mayores, esto se deberá hacer con el personal capacitado por parte de cada representante (Córdova, 2021).
- c. Lenguaje positivo:** Un lenguaje por parte del personal hacia los clientes que sea entendible, positivo, genera que el cliente se sienta en un ambiente acogedor y con la confianza de poder realizar alguna duda sabiendo que será resuelta sin ningún pretexto (Córdova, 2021).
- d. Profesionalismo del trabajador:** Se debe demostrar en todo momento que todos los trabajadores tienen la suficiente capacidad para dar una atención adecuada solucionando problemas que se les presente en el camino, por eso es importante que se conozca toda la información de los productos que se ofrece (Flores, 2022).

- e. **Satisfacción de la atención:** El satisfacer por completo las necesidades que los clientes tienen, y, es más, el superar las expectativas que tienen ayuda a que el cliente tenga lealtad hacia el establecimiento, el dar un servicio de calidad genera más posibilidades de tener clientes potenciales y fieles (Flores, 2022).

Beneficios de la atención al cliente

El servir al cliente correctamente es una herramienta de marketing que se relaciona indirectamente con la atención al cliente, este puede ser muy eficiente si es que se utiliza de una manera adecuada y oportuna, esto es debido a que mayormente el éxito de cada empresa depende en sí, en la capacidad que tiene cada empresa de poder captar clientes nuevos y a los recurrentes mantenerlos. La atención al cliente se ve reflejada en cada trabajador tratando de lograr la satisfacción de cada uno de ellos, y esto está vinculada a generar mayor o menor capacidad para que tengan mayor rentabilidad y calidad. Los beneficios de la atención al cliente son los siguientes:

- Incrementa oportunidades de ventas adicionales y cruzadas: este beneficio quiere decir que cuando los clientes se sienten satisfechos con la atención que se les brinda en el establecimiento y logran tener una experiencia positiva se quedan con la idea de que tienen que comprar otra vez en ese lugar.
- Aumentan las recomendaciones: Este beneficio se trata más que nada de la publicidad de boca en boca, quiere decir que los clientes se guían por las experiencias que han tenido conocidos, amigos cercanos o familiares.
- Mejora la reputación de la marca: Este beneficio se basa en que una persona empieza a adquirir productos de tu establecimiento porque se entera que hay un buen servicio hacia los clientes, esto se debe a que el 72% de clientes encuestados asegura de que, si la compra adquirida en dicho establecimiento le gusta, lo comparte con más de 5 personas de su círculo cercano (Huerta, 2018).

Variable 2: Gestión de calidad

La gestión de calidad son diferentes actividades que dirige el gerente o la persona encargada de una organización, estableciéndose como objetivo el hacer una buena administración en el manejo de la empresa.

Esta variable tiene como objetivo el mejorar los procesos de cómo se tiene que realizar un producto adecuadamente, esto se genera a través de una correcta organización por parte de los trabajadores, mediante un control constante de todo el personal, aseguramiento y la mejora de calidad del producto o servicio que se va a ofrecer al mercado. Este sistema es de mucha ayuda para las entidades ya que, de esta manera lograran identificar las posibles necesidades que los clientes tengan, y lograran que la empresa genere más confianza al ofrecer el producto y los clientes queden mucho más satisfechos al comprarlos (Mejías, 2018).

Importancia de la gestión de calidad

El tener una buena gestión de calidad en la entidad, permite que estas puedan generar servicios de calidad hacia los clientes aplicando técnicas modernas de esta variable, implementar tecnologías que ayuden a mejorar la continua del servicio que se brinda, pues de este modo la organización pueda posicionarse rápidamente dentro del mercado y algo muy importante también es el tener a un personal netamente capacitado para que no hayan errores continuamente y de esta manera puedan desarrollar sus actividades logrando desear a los objetivos planteados eficazmente (González, 2020).

Objetivos de la gestión de calidad

Los objetivos de la gestión de calidad se basan en todas las funciones que se realizan en una entidad. Lograr el compromiso de cada trabajador que labora en la empresa, sea el cargo que este ocupando, sea desde gerente hasta un trabajador de limpieza. Se debe pretender que todos los trabajadores puedan intervenir y tengan el compromiso de querer sobresalir como empresa, de este modo se podrá obtener que cada trabajador se sienta identificado con lo que está realizando. (González, 2020).

Dimensiones de la gestión de calidad

Las dimensiones de la gestión de calidad son muy importantes para que se pueda llevar una buena gestión en cualquier tipo de organización. Las dimensiones son las siguientes:

Principios de la gestión de calidad: Los principios de la gestión de calidad están conectados con las empresas que actualmente son modernas y de cierto modo buscan establecerse, crecer y tener un buen desarrollo dentro del mercado para que logre tener el éxito que desea. Para que toda empresa pueda tener una buena posición y logre su mejora continua de implementar los principios de gestión de calidad.

Indicadores

- a. **Enfoque al cliente:** Toda empresa tiene conocimiento que para que puedan establecerse en el mercado y puedan hacerle guerra a la competencia dependen de que tanta fidelidad tengan los clientes hacia ellos, es por ello que cada una debe lograr la satisfacción y tratar siempre de poder lograr las expectativas de cada cliente.
- b. **Liderazgo:** Toda persona para que sea un buen líder debe tener principalmente ética, imaginación para cada situación, habilidad para resolver cualquier problema que se le pueda presentar, poder de toma de decisiones para situaciones complicadas, empatía con cada trabajador y cliente, y tener conocimiento de lo que pasa dentro de la empresa para que pueda plantear estrategias de mejora.
- c. **Personal:** En toda empresa los trabajadores son primordiales, son el pilar de estas, teniendo en cuenta que con su compromiso hacen posible que, la empresa pueda desarrollarse favorablemente obteniendo buenos resultados con una buena dirección y un buen liderazgo por parte de cada jefe.

Cabe resaltar que para que cada trabajador pueda dar lo mejor de sí en la empresa, los jefes deben brindarles capacitaciones constantes, permitiendo que estos obtengan los conocimientos primordiales y puedan desarrollar sus habilidades sin ningún problema.
- d. **Procesos:** Este principio es uno de los más importantes para que se pueda realizar un buen sistema dentro de la empresa, ya que para que un logro sea exitoso se debe trabajar eficientemente con los recursos que tienen en ese momento.
- e. **Gestión:** La gestión es necesario en las empresas para que se pueda conseguir optimizar los procesos de la organización, esto se consigue agrupando los procesos interrelacionados como un sistema.
- f. **Perfeccionamiento continuo:** El perfeccionamiento continuo en cada organización debe ser un objetivo perenne optimizando procesos, la mejora continua se logra a través de la comparación de los objetivos que se trazaron en un principio con lo que en realidad se logró alcanzar para que se pueda realizar un análisis y ejecutar planes de acción.
- g. **Toma de decisión:** La toma de decisiones siempre se debe basar en la observación de los acontecimientos, la recopilación de antecedentes, estos son primordiales

para que la decisión que se estará tomando sea con fundamento y no por supuestos rumores.

- h. Relaciones con el proveedor:** La relación entre personas es una de las más complicadas en toda empresa, siempre se debe anteponer a la empresa como beneficiario, y deberán saber llevar sus lazos con los proveedores, trabajadores, clientes, entre otras personas (Yzaguirre, 2019).

Formas de medir la gestión de calidad: Actualmente las organizaciones que se dedican o tienen un negocio que es orientado a brindar servicios o productos, como son los restaurantes, hoteles, etc., estos se enfrentan a cambios constantes ya que los clientes tienen expectativas cada vez mayores. El encontrar o darle un valor agregado para que un cliente se sienta satisfecho y se vuelva un cliente fiel es indispensable actualmente para que las mypes se encuentren en el mercado.

Indicadores

- a. Auto-evaluación por los propios responsables de la empresa:** La autoevaluación más que nada se refiere a que la empresa, en este caso los líderes de cada una de ellas puedan autoevaluarse, calificando los resultados de un trabajo que se haya realizado. Para esto es necesario realizar un análisis FODA para que puedan identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- b. Medidas con indicadores directos:** A diferencia de otros indicadores este más que nada se basa en la opinión del cliente, la empresa que realiza este indicador debe ser objetiva al tomar o recepcionar la respuesta de cada cliente.
- c. Medidas con indicadores indirectos:** Estas medidas son complementarias a las de auto-evaluación. Su principal objetivo es ayudar a calificar la calidad de los productos que se brindan como la satisfacción de cada cliente (Blanco, 2018).

Beneficios de implementar la gestión de calidad

El implementar la gestión de calidad dentro de una empresa hace que esta tenga un funcionamiento correcto y que hayan mínimos errores en el camino que se puedan solucionar rápidamente, alguno de los beneficios de implementar la gestión de calidad es el aumentar la satisfacción de todos los clientes; este beneficio ayuda a que la entidad pueda realizar actividades que tengan que ver o que se involucren con la necesidad de los clientes, logrando así que adquieran lo lanzado al mercado y la satisfacción de ellos. Disminuir la variabilidad en los procesos; esto se puede realizar haciendo ciertos cambios

y mejoras en los productos o servicios para que se pueda cumplir con las expectativas de cada cliente. Ayuda a disminuir costes y desperdicios; esto se puede lograr teniendo un mejor manejo y planificación de la organización creando oportunidad de mejora y corrigiendo algunos errores, ahorrando así recursos de manera considerable. Mejor rentabilidad: El implementar una gestión de calidad logra que los clientes se queden satisfechos, consuman más de lo esperado logrando la Fidelización de cada uno de ellos y así generar más ganancias, lo cual hará que la empresa se vuelva competitiva y logre posicionarse dentro de toda la competencia.

Marco conceptual

Gestión de calidad: La gestión de calidad son diferentes actividades que dirige el gerente o la persona encargada de una organización, estableciéndose como objetivo el hacer una buena administración en el manejo de la empresa (Mejías 2018).

Atención al cliente: La variable de atención al cliente es uno de los pilares más importantes dentro de la organización ya que ayuda a generar rentabilidad, esto se debe a que el servicio al cliente se relaciona directamente con la satisfacción de los consumidores, es lo que el cliente se lleva como experiencia. El servicio al cliente se puede definir como un concepto que abarca todas las estrategias que se puedan aplicar y estén orientados a que puedan satisfacer las necesidades de los clientes sea de un producto o sea de un servicio. Por otro lado, este concepto está plenamente relacionado con cumplir todas las necesidades que los clientes deseen, de esta manera ayudar a poder resolver cualquier inquietud o problema. Aunque esta variable se vea de manera sencilla, esto engloba diversos factores que va más allá de dar u ofrecer un buen producto, como: trato personalizado, amabilidad de todo el personal hacia los diferentes clientes, la rapidez con la que se atiende, la seguridad que muestran los trabajadores al ofrecer dicho producto o servicio, entre diferentes cosas (Serna, 2019).

Importancia de atención al cliente: los clientes son lo más importante en una organización para que esta pueda tener producción y a la vez ganancias esperadas, los clientes en toda empresa tienen el poder de decidir, mientras pasa el tiempo estos se ponen más exigentes con sus gustos, preferencias y necesidades, es por eso que cada empresa

debe de tener una base de datos en la cual puedan visualizar que necesidades tienen sus clientes y que productos pueden lanzar al mercado para que puedan satisfacerlos directamente (Mateos, 2019).

2.3. Hipótesis

El presente trabajo de investigación titulado Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2023, no se planteará hipótesis por ser una investigación descriptiva.

La información brindada por Huayta (2023), con respecto a la hipótesis nos indica que en las investigaciones descriptivas no se plantean hipótesis porque no busca el porqué de las cosas, solo describe lo que se está investigando.

III. METODOLOGIA

3.1. Nivel, tipo y diseño de la investigación

Nivel de investigación

Mendoza (2020), indica que una investigación descriptiva es aquella que se encarga de describir, analizar e interpretar correctamente la información recabada de las variables, sin la intención de realizar modificaciones en sus características.

El nivel de investigación fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las dimensiones de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2023.

Tipo de investigación

Bueno (2018), indica que la recolección de datos en una investigación se basa en cuantificar la recopilación y análisis de datos.

Fue de tipo cuantitativo porque en la presente investigación se utilizó los instrumentos de medición y evaluación.

Diseño de investigación

Fue no experimental porque no se manipulará a la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2023. Solamente se observó acorde a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Hernández (2019), indica que, una investigación no experimental es donde se hace variar intencionalmente la variable independiente, investigación no experimental es observar a los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural.

Fue transversal, porque el estudio de la investigación se desarrolló en un tiempo definido teniendo un inicio y fin concretamente el año 2023.

Padilla (2021), indica que, es un tipo de diseño observacional que nos permite recopilar y analizar variables específicas en la investigación de un problema en tiempo determinado.

3.2. Población y muestra

Población:

La población que se utilizó fue de 12 micro y pequeñas empresas, dicha población se obtuvo mediante la técnica del sondeo.

López (2018), menciona que la muestra es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. El universo o población puede estar constituido por personas, animales, los nacimientos, las muestras de laboratorio entre otros.

Muestra

Tamayo (2019), define la muestra como un conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada.

Se utilizó una muestra de 12 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2023.

Muestra: Censal

Villasis (2019), indica que la muestra censal que todas las investigaciones que se realizan son consideradas como muestra, es de ahí donde la población que se estudiará sea censal.

3.3. Variable definición y operacionalización

Variable	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Categoría o valorización
ATENCIÓN AL CLIENTE	La variable de atención al cliente es uno de los pilares más importantes dentro de la organización ya que ayuda a generar rentabilidad, esto se debe a que el servicio al cliente se relaciona directamente con la satisfacción de los consumidores, es lo que el cliente se lleva como experiencia (Serna, 2019).	Procesos de atención	Contacto con el cliente	Dicotómico	Sí No
			Información del producto		
			Resolución de preguntas		
			Finalización de la venta		
		Estrategias de atención	Ayuda activa		
			Solución de inquietudes		
			Lenguaje positivo		
			Profesionalismo del trabajador		
			Satisfacción de la atención		
GESTIÓN DE CALIDAD	La gestión de calidad son diferentes actividades que dirige el gerente o la persona encargada de una organización, estableciéndose como objetivo el	Principios de la gestión de calidad	Enfoque al cliente		
			Liderazgo		
			Personal		

	hacer una buena administración en el manejo de la empresa. Esta variable tiene como objetivo el mejorar los procesos de cómo se tiene que realizar un producto adecuadamente, esto se genera a través de una correcta organización por parte de los trabajadores, mediante un control constante de todo el personal, aseguramiento y la mejora de calidad del producto o servicio que se va a ofrecer al mercado (Mejías, 2018).		Procesos		
			Gestión		
			Perfeccionamiento continuo		
			Toma de decisión		
			Relaciones con el proveedor		
		Formas de medir la gestión de calidad	Autoevaluación		
			Medidas con indicadores directos		
			Medidas con indicadores indirectos		

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Mendoza (2018), indica que las técnicas de investigación comprenden un conjunto de procedimientos organizados sistemáticamente que orientan al investigador en la tarea de profundizar en el conocimiento y en el planteamiento de nuevas líneas de investigación.

En este estudio se utilizó la encuesta como técnica para la recolección de datos respecto a las características de las micro y pequeñas empresas y sus variables como atención al cliente y gestión de calidad, la misma que fue dirigida a representantes de las micro y pequeñas empresas.

La confiabilidad fue analizado en el programa estadístico SPSS V. 25 para el cuestionario, obteniendo una correlación de Pearson de item inter item 0.5444 ($r < 0.70$) cuyo coeficiente de alfa de Cronbach de 0.75 ($\alpha > 0.70$). considerándose aceptable

Instrumento

Montero (2019), menciona que, el cuestionario es una herramienta que los investigadores emplean para la recolección de información.

Se empleó el cuestionario como instrumento para la recolección de datos sobre las características de micro y pequeñas empresas y sus variables como la atención al cliente y gestión de calidad. En este trabajo de investigación se realizó el cuestionario que consta de 21 preguntas en la escala de medición dicotómico; 9 preguntas para la variable atención al cliente, y 12 preguntas para la variable gestión de calidad, que fue validado por juicio de expertos.

Según Oviedo (2019), el coeficiente de alfa de Cronbach es un índice usado para medir la confiabilidad del tipo de consistencia interna de una escala, es el promedio de correlaciones entre los ítems que hacen parte de un instrumento

3.5. Método de análisis de datos

Según Huayta (2023), el plan de análisis consiste en someter los datos a la ejecución de operaciones, esto se realiza con el propósito de obtener conclusiones exactas

que contribuirán a alcanzar nuestros objetivos, después del recojo de datos mediante la técnica de la encuesta.

Para el análisis de los datos que se recolectaron se usó el análisis descriptivo de las variables que están en estudio, se realizaron las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como las figuras estadísticas. Para la realización del trabajo se utilizaron los siguientes programas: Microsoft Word: a través de este programa se pudo realizar la redacción de la investigación y modificación de observaciones por el jurado, Acrobat Reader XI: a través de este programa se puede leer los archivos en extensión PDF en este caso todos los archivos que se utilizaron de la biblioteca virtual y de diferentes medios para la realización del proyecto, Microsoft Excel: a través de este programa se pudo realizar la tabulación y las figuras con los resultados que se obtuvieron en las encuestas, se hizo uso del programa del turnitin para ver el porcentaje de similitud que tiene con otros trabajos, el uso del programa Mendeley para la realización de las referencias bibliográficas y por último el PPT para realizar las diapositivas y se pueda exponer ante el jurado.

3.6. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación que se realizó fue bajo los principios éticos del reglamento de integridad científica de la Universidad Uladech Católica:

Protección a las personas: A las personas que participaron en el trabajo de investigación, se les protegió en todo momento, no revelando su identidad ni datos personales, como dirección o número de celular, por otro lado, a ningún participante se le tomaron fotos ya que no dieron su consentimiento y se le comunicó a cada uno de ellos que los datos que ellos proporcionaron son para fines académicos de investigación.

Cuidado del medio ambiente y biodiversidad: Con el objetivo de cuidar el medio ambiente, el cuestionario que se les hizo a cada participante fue utilizando papel reciclado, asimismo se evitó que las laptops que fueron utilizadas para el presente trabajo se queden cargando por un tiempo largo.

Libre participación y derecho a estar informado: A cada participante de la investigación después de haber aceptado realizar las encuestas se le informó detalladamente como iba a ser el proceso, en caso hubieran tenido alguna duda, se pudo resolver sin ningún inconveniente.

Beneficencia y no maleficencia: Desde el primer momento del trabajo que se realizó se le indico a cada participante que la información que ellos nos brinden no iba a ocasionar daños. Además, no se le interrumpió, se esperó a que tengan sus horas libres para no causarles ninguna incomodidad, se les dio a conocer que la participación de cada uno era muy importante y que beneficios obtendría como conocimientos más avanzados en gestión de calidad y atención al cliente.

Justicia: A todos los participantes de este trabajo e investigación se les trato con la misma igualdad, sin hacer excepciones, se les hizo entrega de un consentimiento igual para todos. Por otro lado, a cada uno se les hizo llegar una copia de los resultados obtenidos de la investigación.

Integridad física: A cada trabajador se informó que los datos personales como nombre, apellidos fueron solo para el consentimiento informado que no será publicado. Asimismo, se les dio a conocer que las respuestas brindadas solo fueron utilizadas para este trabajo de investigación.

3.7. RESULTADOS

Tabla 1

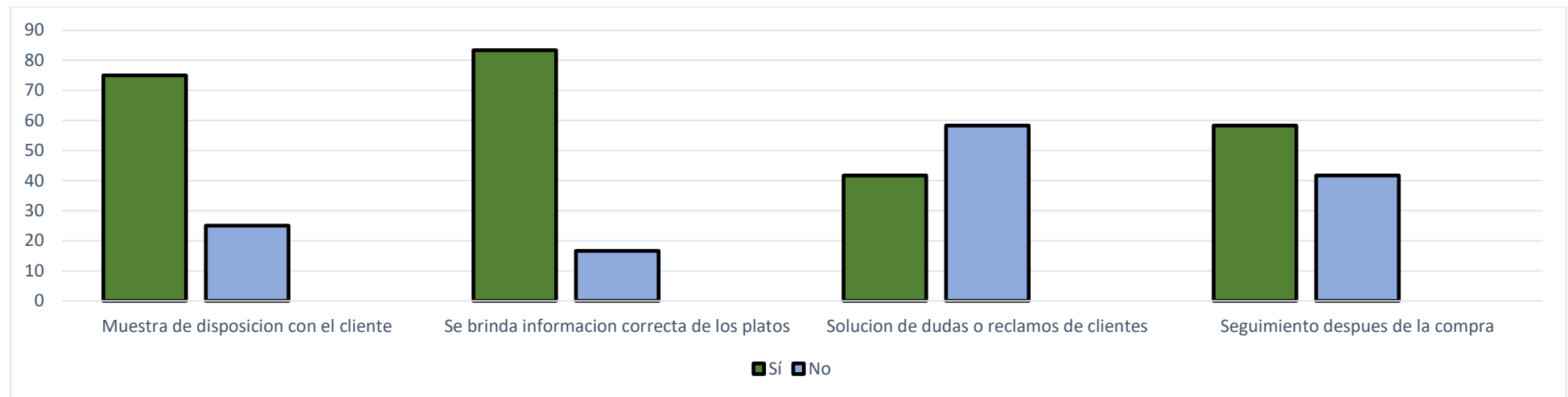
Características principales de los procesos de atención en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Procesos de atención	N	%
Muestra de disposición con el cliente		
Sí	9	75.00
No	3	25.00
Total	12	100.00
Se brinda correcta Información de los platos		
Sí	7	83.33
No	5	16.67
Total	12	100.00
Solución de dudas o reclamos de los clientes		
Sí	5	41.67
No	7	58.33
Total	12	100.00
Seguimiento después de la compra		
Sí	7	58.33
No	5	41.67
Total	12	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2023.

Figura 1

Características de la atención al cliente como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023



Fuente: Tabla 1

Interpretación

El 75% de los representantes indicaron que la empresa sí muestra disposición con el cliente desde el primer momento, el 83.33% de los representantes indicaron sí se brinda correcta información de los platos, el 58.33% de los encuestados indicaron que no se da solución de las dudas o reclamos de los clientes, el 58.33% de los representantes indicaron que sí se da seguimiento de la satisfacción del cliente después de los platos degustados.

Tabla 2

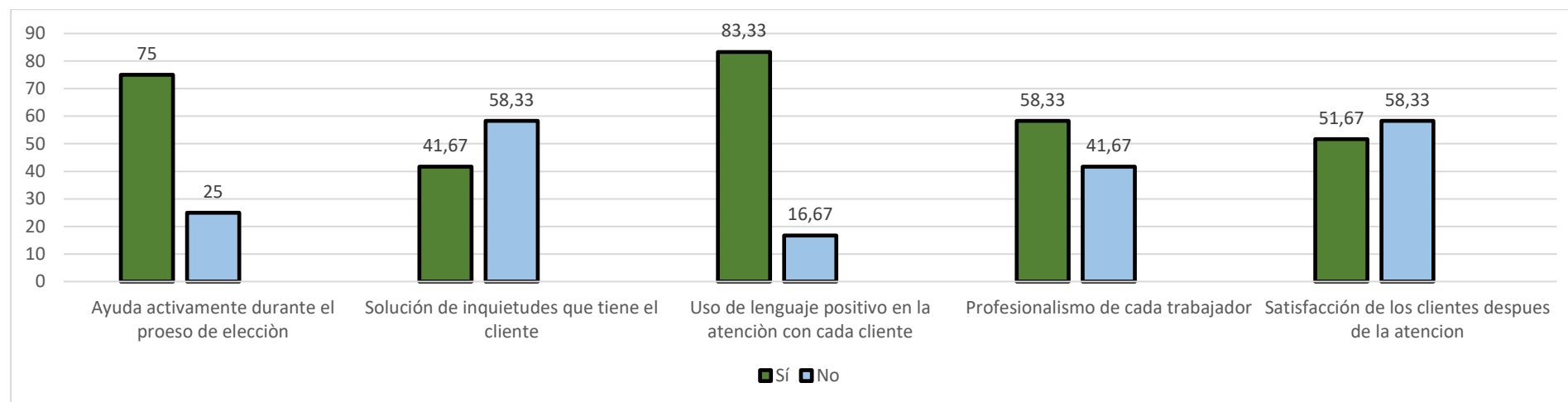
Características principales de las estrategias de atención en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Estrategias de atención	N	%
Ayuda activamente durante el proceso de elección		
Sí	9	75.00
No	3	25.00
Total	12	100.00
Solución de inquietudes que tiene cada cliente		
Sí	5	41.67
No	7	58.33
Total	12	100.00
Uso de lenguaje positivo en la atención con cada cliente		
Sí	10	83.33
No	2	16.67
Total	12	100.00
Profesionalismo de cada trabajador		
Sí	7	58.33
No	5	41.67
Total	12	100.00
Satisfacción de los clientes después de la atención		
Sí	5	41.67
No	7	58.33
Total	12	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicheerías en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2023

Figura 2

Características principales de las estrategias de atención en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023



Fuente: Tabla 2

Interpretación

El 75% de los representantes indicaron que los trabajadores ayudan activamente durante el proceso de elección a cada cliente, el 58.33% de los representantes indicaron no se da solución de las inquietudes que presenta el cliente, el 83.33% de los representantes indicaron que los trabajadores utilizan un lenguaje positivo en la atención con los clientes, el 58.33% de los representantes indicaron que cada trabajador trabaja con profesionalismo, el 58.33% de los representantes indicaron que los cliente no se sienten satisfechos después de la atención

Tabla 3

Características de los principios de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Principios de la gestión de calidad	N	%
Enfoque al cliente		
Sí	10	83.33
No	2	16.67
Total	12	100.00
Práctica de liderazgo		
Sí	3	25.00
No	9	75.00
Total	12	100.00
Compromiso del personal con la atención al cliente		
Sí	12	100.00
No	0	0.00
Total	12	100.00
Uso de recursos eficientemente		
Sí	7	58.33
No	5	41.67
Total	12	100.00
Implementación de estrategias para el logro de objetivos		
Sí	4	33.33
No	8	66.67
Total	12	100.00

...continúa

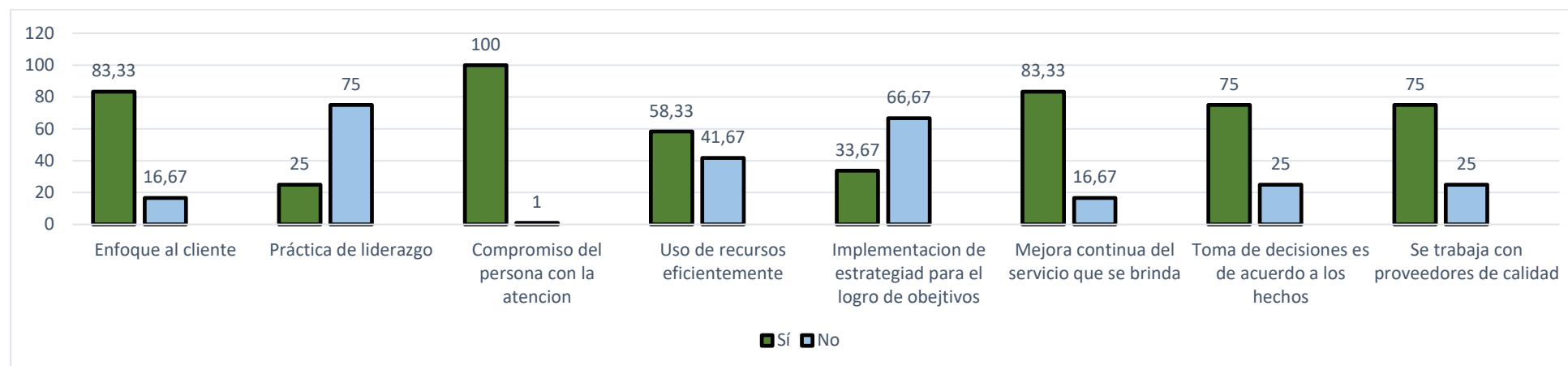
Tabla 3

Características de los principios de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Principios de la gestión de calidad	N	%
Mejora continua del servicio que se brinda		
Sí	10	83.33
No	2	16.67
Total	12	100.00
Toma de decisiones es de acuerdo a los hechos		
Sí	9	75.00
No	3	25.00
Total	12	100.00
Se trabaja con proveedores de calidad		
Sí	9	75.00
No	3	25.00
Total	12	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2023.

Figura 3. Características de los principios de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023



Fuente: Tabla 3

Interpretación

El 83.33% de los representantes indicaron que sí toman en cuenta que las necesidades de los clientes cambian constantemente, el 75% de los representantes indicaron que en su organización no se practica la técnica del liderazgo, el 100% de los encuestados indicaron que sí están comprometidos con la atención que se les brinda a los clientes, el 58.33% de los encuestados indicaron que sí hacen uso de los recursos eficientemente, el 66.67% de los representantes indicaron que no implementan estrategias para el logro de los objetivos, el 83.33% de los representantes indicaron que el servicio que brindan a los clientes sí mejora continuamente, el 75% de los encuestados indicaron que sí se toman decisiones de acuerdo a lo que sucede, el 75% de los representantes indicaron que sí trabajan con proveedores de calidad.

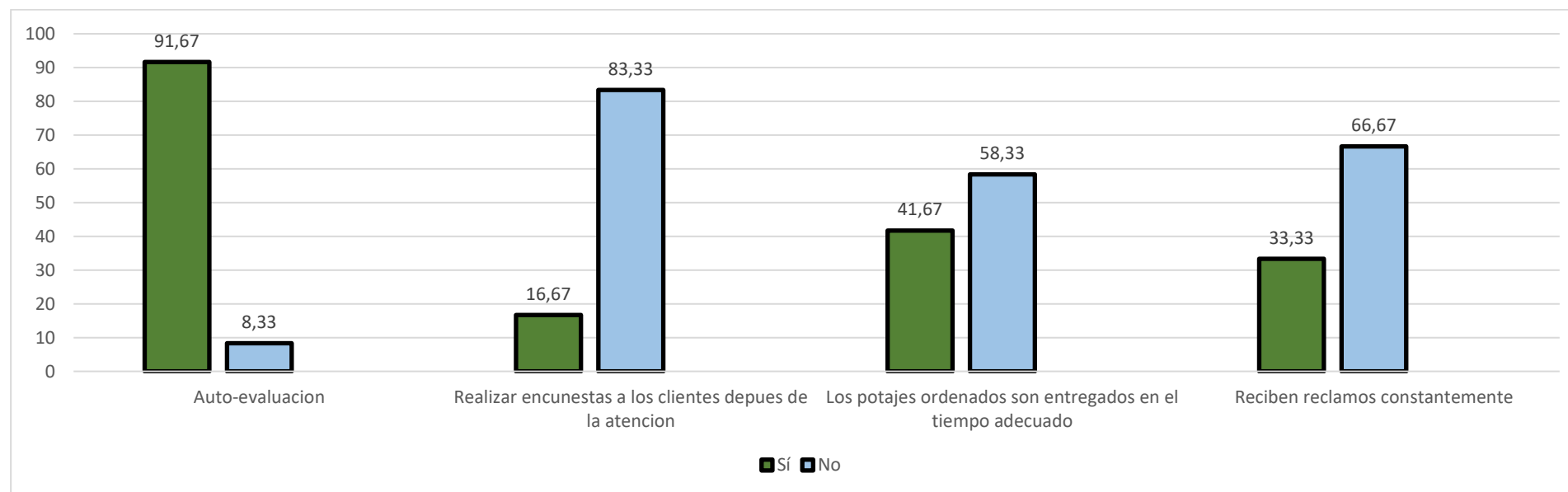
Tabla 4

Características de las formas de medir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Formas de medir la gestión de calidad	N	%
Auto-evaluación (brindan buena atención)		
Sí	11	91.67
No	1	8.33
Total	12	100.00
Realizar encuestas a los clientes después de la atención		
Sí	2	16.67
No	10	83.33
Total	12	100.00
Los potajes ordenados son entregados en el tiempo adecuado		
Sí	5	41.67
No	7	58.33
Total	12	100.00
Reciben reclamos constantemente		
Si	4	33.33
No	8	66.67
Total	12	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2023.

Figura 4. Características de las formas de medir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023



Fuente: Tabla 4

Interpretación

El 91.67% de los representantes indicaron que sí brindan buena atención a los clientes, el 83.33% de los encuestados indicaron que no realizan encuestas a los clientes después del servicio, brindado, el 58.33% de los representantes indicaron que los platos que piden los clientes no son entregados a tiempo, el 66.67% de los encuestados indicaron que no reciben reclamos constantemente

Tabla 5

Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Variable	Indicador	Problema	Causa	Consecuencia	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
Atención al cliente	Solución de dudas o reclamos	El 58.33% de los clientes resuelven las dudas o reclamos de los clientes	Los trabajadores no cuentan con una capacitación adecuada sobre atención al cliente	Pérdida de clientes	Realizar capacitaciones semanalmente sobre un protocolo de dudas o reclamos establecido por los representantes de cada organización	Representante	S/. 500
	Satisfacción de los clientes después de la atención	El 58.33% de los representantes indicaron que la satisfacción de los clientes no fue buena	Los trabajadores no cuentan con una sazón de calidad	Pérdida de rentabilidad y clientes	Contratar a una persona especializada para que realice charlas sobre los ingredientes específicos que se le	Representante	S/. 1000

					debe poner a cada potaje		
Gestión de calidad	Práctica de liderazgo	El 75% no practican la técnica del liderazgo	Los representantes no tienen estudios superiores universitarios	No tener un personal liderado y capacitado correctamente	Cada representante llevar un curso sobre liderazgo para tomar decisiones adecuadas y ayudar al personal en lo que se necesite.	Representante	S/.1500
	Implementación de estrategias para el logro de objetivos	El 66.67% no implementan estrategias para el logro de los objetivos	Los representantes no tienen conocimiento sobre que estrategias se debe aplicar	No lograr que la organización sea competitiva dentro del mercado	Cada representante contratar a una persona que los capacite sobre que estrategias aplicar en cualquier caso que se les presente	Representante	S/.1000
	Medidas con indicadores directos	El 83.33% no realizan encuestas a los clientes después del servicio brindado	Falta de personal	No saber la opinión de los clientes sobre la atención brindada para una próxima visita	Contratar a un personal para la orientación y opinión de los clientes con lo que respecto servicio	Representante	S/. 1500

					al cliente y calidad de los potajes		
	Medidas con indicadores indirectos	El 58.33% indicaron que no entregan los productos en el tiempo indicado	Descoordinación del personal	Insatisfacción de cliente y presentación de reclamos	El representantes asignar a cada personal una función específica y en qué tiempo lo debe realizar	Representante	S/.300

IV. DISCUSIÓN

Tabla 1. Características principales de los procesos de atención en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Muestra disposición con el cliente: El 75% de los representantes indican que los trabajadores si muestran disposición con el cliente desde el primer momento que ingresa al establecimiento. Estos resultados coinciden con la teoría brindada por Mateos y Torres (2020), *Atención básica al cliente* quienes dan a conocer que, el contacto que el trabajador tenga con el cliente es primordial para que este pueda sentirse a gusto, es por eso que la primera impresión que demuestre será básica para tener la lealtad del cliente. Con estos resultados se puede apreciar que el mostrar disposición desde el primer momento con el cliente es muy importante para que puedan regresar y comentar con sus amistades sobre el lugar.

Se brinda correcta información de los platos: El 58.33% de los representantes indicaron que los trabajadores si brindan una correcta información de los platos que se ofrece, estos resultados coinciden con los de Vásquez, (2019), en sus tesis titulada *Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad* en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019 quien da a conocer que el 80% de representantes indicaron que en su empresa se tiene la información clara sobre los platos que se ofrece, asimismo coincide con la teoría brindada por Reátegui (2019), en su tesis titulada *Sistema de información para la mejora del proceso de atención al cliente* quien expresa que los trabajadores que se relacionan directamente con los clientes deben estar bien informados sobre los productos o servicios que se están brindando. Con estos resultados se puede apreciar que la mayoría si brindan una buena información a los clientes.

Solución de dudas o reclamos: El 58.33% de los indicaron que no se da solución de las dudas o reclamos presentados por los clientes, estos resultados contrastan con la teoría brindada por Reategui (2019), en su tesis titulada *Sistema de información para la mejora del proceso de atención al cliente* quien da a conocer que la resolución de problemas consiste en atender cada inquietud o problema que de presente y proponer planes de acción para que se pueda resolver de manera eficaz. Con estos resultados se puede apreciar que los trabajadores no dan solución a los problemas de los clientes, por lo que se recomienda la capacitación constante de cada uno de ellos.

Seguimiento después de la compra: El 58.33% de los representantes indicaron que sí se da seguimiento de la satisfacción del cliente después de los platos degustados, estos resultados contrastan con los De la Cruz (2019), en su tesis titulada *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, casco urbano, distrito de Chimbote, 2019*, quien da a conocer que el 85.71% de los representantes indicaron que no se le da seguimiento a la satisfacción de los clientes después de lo adquirido, sin embargo, coincide con la teoría de Cisneros (2020), en su tesis titulada *Calidad de servicio y atención al cliente en la ferretería Eureka SRL en el distrito de Sullana*, quien menciona que al terminar con la atención siempre es buena realizar una encuesta a los clientes para poder reforzar algunos puntos para una próxima visita. Con los resultados obtenidos se puede apreciar que la mayoría si da seguimiento a los clientes después de la compra, es importante que se siga manteniendo esta estrategia para que se pueda tener en cuenta los gustos y disgustos de cada uno de ellos.

Tabla 2. Características principales de las estrategias de atención en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.

Ayuda activamente durante el proceso de elección: El 75% de los representantes indicaron que sí ayudan activamente durante el proceso de elección a cada cliente, estos resultados coinciden con los de Congo (2019), en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma. año 2019*, quien indica que el 53% de los representantes sí ayudan a cada cliente con la elección del pedido a realizar, asimismo coincide con la teoría dada por Córdova (2021), en su tesis titulada *Gestión de recursos humanos y atención al cliente de la municipalidad distrito de Morales 2020*, quien menciona que teniendo en cuenta que los clientes son fundamentales es importante la priorización de la ayuda continua de los trabajadores hacia ellos. Mediante estos resultados se puede apreciar que, la mayoría de trabajadores sí ayudan a los clientes con la elección de su potaje, es importante seguir realizando esta acción para que el cliente sienta que no está solo y que alguna duda o pregunta que tengan el personal estará para que los apoyen

Solución de inquietudes que tiene cada cliente: El 58.33% de los representantes indicaron que no se da solución a las inquietudes que presenta cada cliente. Estos resultados contrastan con los resultados que brinda Córdova (2021), en su tesis titulada

Gestión de recursos humanos y atención al cliente de la municipalidad distrital de Morales, 2020, quien indica que las dudas que tengan los clientes se deben resolver a la brevedad posible para que no surjan inconvenientes mayores. Mediante estos resultados se puede apreciar que la mayoría de representantes no solucionan las inquietudes de los clientes, por lo que se le recomienda realizar charlas continuamente con el personal para que se pueda dar una buena atención e información.

Uso del lenguaje positivo en la atención con cada cliente: El 83.33% de los representantes indican que si usan un lenguaje positivo en la atención con cada cliente. Estos resultados coinciden con los de Córdova (2021), en su tesis titulada *Gestión de recursos humanos y atención al cliente de la municipalidad distrital de Morales, 2020*, quien menciona que un lenguaje por parte del personal hacia los clientes que sea entendible, positivo, genera que el cliente se sienta en un ambiente acogedor y con la confianza de realizar preguntas sabiendo que sea resulta sin ningún pretexto. Mediante los resultados obtenidos se puede apreciar que la mayoría si usa un lenguaje positivo con sus clientes para que estos tengan un poco más de confianza y no tengan temor la realizar alguna consulta.

Profesionalismo de cada trabajador: El 58.33% de los representantes indicaron que cada trabajador trabaja con profesionalismo. Estos resultados coinciden con la teoría brindada por Flores (2022) en su trabajo de tesis titulada *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Casa Blanca*, quien indica que se debe demostrar en todo momento que los trabajadores tienen la suficiente capacidad de dar una atención adecuada solucionando problemas que se les presente en el camino. Con los resultados obtenidos se puede apreciar que la mayoría trabaja con profesionalismo, lo cual es muy importante para que cada cliente que ingrese al establecimiento sienta que está conversando con una persona correcta.

Satisfacción de los clientes después de la atención: El 58.33% de los representantes indicaron que los clientes no se sienten satisfechos después de la atención. Estos resultados coinciden con los de Huanchaco (2020), en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020*, quien indico que el 80% de clientes no obtienen buenos resultados, asimismo coincide con los resultados de Vásquez (2019), en su tesis titulada *Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parillas en la zona céntrica del*

distrito Chimbote, 2019, quien indicó que el 72.73% de clientes no obtuvieron buenos resultados, pero contrasta con los de Yasser (2018), en su tesis titulada *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa*, quien indica que el 52% de los clientes si obtuvieron buenos resultados después de la compra, asimismo contrasta con Aviles y Cadeño (2018), en su tesis titulada *Diseño de un modelo de gestión de calidad de servicio al cliente para el restaurante “La Finquita”*, quienes da a conocer que el 98.4% de los clientes si obtuvieron buenos resultados por lo que recomendarían a más personas el lugar, de igual modo contrasta con los resultados obtenidos de Congo (2019), en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma. año 2019*, quien indica que el 53.85% de los clientes sí obtuvieron buenos resultados por lo que se convierten en clientes satisfechos, de la misma manera contrasta con los resultados de Pacheco (2019), en su tesis titulada *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco, 2019* quien indica que el 50% de los clientes sí obtuvieron buenos resultados teniendo así la fidelización de cada uno de ellos. Estos resultados. Con estos resultados se puede apreciar que los clientes no tienen buenos resultados con lo potajes que prueban por lo que se le recomienda a cada representante capacitar a las personas que están en cocina para que todos ellos sepan que ingredientes y cuanto poner de cada uno de ellos para que los potajes tengan un sabor único.

Tabla 3. Características de los principios de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023

Enfoque al cliente: El 83.33% de los trabajadores indicaron que sí se toma en cuenta que las necesidades de los clientes cambian constantemente, estos resultados coinciden los de Yasser (2018), en su tesis titulada *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa*, quien dio a conocer que los representantes si toman en cuenta las necesidades de los clientes, asimismo coincide con la teoría de Yzaguirre (2019), en su tesis titulada *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*, quien afirma que para poder fidelizar a los clientes siempre se debe lograr la satisfacción y cumplir con las

expectativas de cada uno de ellos. Con estos resultados se puede apreciar que la mayoría de los restaurantes si se enfocan en lo que el cliente desea y necesita.

Práctica de liderazgo: El 75% de los trabajadores dieron a conocer que en el restaurante no se practica la técnica del liderazgo. Estos resultados contrastan con la teoría de Yzaguirre (2019), en su tesis titulada *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*, quien manifiesta que toda persona para que sea un buen líder debe tener principalmente ética, imaginación para cada situación, habilidad para resolver cualquier problema que se le pueda presentar, poder de toma de decisiones para situaciones complicadas, empatía con cada trabajador y cliente, y por ultimo tener conocimiento de lo que pasa dentro de la empresa para que de esa manera puedan plantear estrategias de mejora.

Compromiso del personal con la atención al cliente: El 100% de los trabajadores indicaron que sí están comprometidos con la atención que se les brinda a los clientes. Estos resultados coinciden con los de Congo (2019), en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma, año 2019*, quien da a conocer que el 61.54% si aplican gestión de calidad en la atención que se brinda a los clientes, asimismo coincide con los resultados de Pacheco (2019), en su tesis titulada *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco, 2019*, quien da a conocer que el 83.33% de los representantes si están comprometidos y si aplican la gestión de calidad a la atención que se les brinda a los clientes, del mismo modo coincide con los resultados de Vásquez (2019), en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019*, quien da a conocer que el 54.55% de los representantes si están comprometidos con la atención que se les brinda a los clientes, pero contrasta con los resultados de Huanchaco (2020) en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020*, quien da a conocer que el 35% de los representantes no están comprometidos con el servicio que se les brinda a los clientes. Por otro lado, coincide con la teoría de Yzaguirre (2019), en su tesis titulada

Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018, quien menciona que en toda empresa los trabajadores son primordiales, son el pilar de estas, teniendo en cuenta que con su compromiso hacen posible que, la empresa pueda desarrollarse favorablemente obteniendo buenos resultados con una buena dirección y un buen liderazgo por parte de cada jefe. Con estos resultados se puede apreciar que los trabajadores ponen todo su esfuerzo para que el servicio que se les brinde a los clientes sea satisfactorio.

Uso de recursos eficientemente: El 58.33% de los trabajadores indicaron que el restaurante sí utiliza los recursos que tienen eficientemente. Estos resultados coinciden con la teoría dada por Yzaguirre (2019), en su tesis titulada *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*, quien indica que el principio de procesos es uno de los más importantes para que se pueda realizar un buen sistema dentro de la empresa, ya que para que un logro sea exitoso se debe trabajar eficientemente con los recursos que se tiene en ese momento. Con estos resultados se puede apreciar que con el uso eficientemente de los recursos se pueden obtener buenos resultados.

Implementación de estrategias para el logro de objetivos: El 66.67% de los trabajadores indicaron que en el restaurante no implementan estrategias para el logro de los objetivos trazados. Estos resultados coinciden con los de Congo (2019), en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma. año 2019*, quien indica que no implementan estrategias por el motivo de la poca iniciativa del personal, asimismo coinciden con los resultados de Pacheco (2019), en su tesis titulada *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco, 2019*, quien indica que el 66.67% de los representantes no implementan estrategias por poca iniciativa del personal, de igual modo coincide con los resultados dados por Vásquez (2019), en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019*, quien indica que el 54.55% de los representantes no implementan estrategias porque el personal no se adapta a los cambios,

de la misma manera coincide con los resultados dados por De la Cruz (2019), en su tesis titulada *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, casco urbano, distrito de Chimbote, 2019*, quien indica que el 47.62% de los presentantes no implementan estrategias por la poca iniciativa del personal, finalmente coincide con los resultados dados por Izquierdo (2018), en su tesis titulada *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro pollerías, casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*, quien indica que el 83.33% de los representantes no implementan estrategia por la poca iniciativa del personal. Con estos resultados se puede apreciar que la mayoría de los representantes no implementan estrategias para el logro de sus objetivos por lo que se les recomienda asesorarse con expertos para que puedan poner en práctica este punto.

Mejora continua del servicio que se brinda: El 83.33% de los trabajadores indicaron que el servicio que se les brinda a los clientes sí mejora continuamente. Estos resultados coinciden con la teoría dada por Yzaguirre (2019), en su tesis titulada *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro pollerías, casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*, quien menciona que el perfeccionamiento continuo en cada organización debe ser un objetivo perenne optimizando procesos, la mejora continua se logra a través de la comparación de los objetivos que se trazaron en un principio con lo que en realidad se logró alcanzar para que se pueda realizar un análisis y ejecutar planes de acción. Con estos resultados se puede apreciar que mientras mejoren día a día la atención que se les brinda a los clientes, obtendrán mejores resultados.

Toma de decisiones es de acuerdo a los hechos: El 75% de los trabajadores indicaron que en el restaurante sí se toma las decisiones de acuerdo a los hechos. Estos resultados coinciden con la teoría de Yzaguirre (2019) *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro pollerías, casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*, quien manifiesta que la toma de decisiones siempre se debe basar en la observación de los acontecimientos, la recopilación de antecedentes, estos son primordiales para que la decisión que se estará tomando sea con fundamento y no por supuestos rumores. Con este resultado se puede apreciar que los representantes toman las decisiones de acuerdo a los hechos, lo cual es correcto y así puedan plantear estrategias que los ayude a mejorar como empresa.

Se trabaja con proveedores de calidad: El 75% de los trabajadores indicaron que el restaurante sí trabaja con proveedores de calidad. Este resultado da a conocer que la mayoría de los trabajadores si trabaja con proveedores de calidad, lo cual es muy importante en una organización para que cuando los clientes consuman el producto no tengan reclamos ni insatisfacción.

Tabla 4. Características de las formas de medir la gestión en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.

Auto-evaluación (brindan buena atención): El 9167% de los trabajadores indicaron que sí brindan una buena atención a sus clientes. Estos resultados coinciden con los de Congo (2019), en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma. año 2019* quien indica que el 84.62% de los representantes si brindan una buena atención a los clientes, asimismo coinciden con los resultados dados por Pacheco (2019), en su tesis titulada *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco, 2019*, quien indica que el 83.33% de los representantes si brindan una buena atención a los clientes, del mismo modo coincide con los resultados dados por De la Cruz (2019), en su tesis titulada *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, casco urbano, distrito de Chimbote 2019*, quien indiza que el 85.71% de los representantes si brindan una buena atención a los clientes, de igual modo coincide con los resultados dados por Izquierdo (2018), en su tesis titulada *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro pollerías, casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*, quien indica que el 75% de los representantes sí brindan una buena atención a los clientes, pero contrasta con los resultados de Vásquez (2019), en su tesis titulada *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019*, quien da a conocer que el 72.73% de los representantes brindan una atención regular a los clientes. Por otro lado, coincide con la teoría dada por Yzaguirre (2019) en su tesis titulada *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco*

urbano de la ciudad de Chimbote, 2018, quien menciona que la autoevaluación más que nada se refiere a que los líderes puedan autoevaluarse, calificando los resultados que se haya realizado para que puedan realizar un análisis FODA e identifiquen sus fortalezas, oportunidades, debilidades y necesidades. Con estos resultados se puede apreciar que la mayoría si brindan buena atención a los clientes, por lo que la insatisfacción de estos mismos se daría por otras causas.

Realizar encuestas a los clientes sobre la atención: El 83.33% de los trabajadores indicaron que no se realizan encuestas a los clientes después del servicio que se les brinda. Mediante estos resultados se puede apreciar que los trabajadores no realizan encuestas a sus clientes después de la atención, por lo que sería bueno implementar esa estrategia para que puedan recibir retroalimentación y así puedan mejorar para una próxima vez.

Los potajes ordenados son entregados en el tiempo adecuado: El 58.33% de los trabajadores indicaron que los potajes que solicitan los clientes no son entregados en el tiempo correcto. Estos resultados contrastan con los de Yasser (2018), en su tesis titulada *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Burger Dinero*, quien menciona que el 43% de los representantes indicaron que la rapidez al momento de entregar el pedido es excelente, asimismo contrasta con los resultados dados por Avilés y Cedeño (2018), en su tesis titulada *Diseño de un modelo de gestión de calidad de servicio al cliente para el restaurante “La Finquita”*, quienes indican que 94.3% de los representantes indicaron que el tiempo se espera para que salga una orden es de 5 a 10 min (rápida). Estos resultados dan a entender que la mayoría de los trabajadores no entregan los pedidos a tiempo por lo que pueden generar insatisfacción por parte de los clientes.

Reciben reclamos constantemente: El 66.67% de los trabajadores indicaron que los clientes no realizan reclamos constantemente. Estos resultados coinciden con lo de Yasser (2018), en su tesis titulada *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Burger Diner*, quien indica que el 89% de los clientes no presentan reclamos en los establecimientos. Con estos resultados se puede comprobar que la mayoría de clientes no presentan reclamos constantemente, por lo que se recomienda seguir de esa manera para evitar posibles inconvenientes.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

RUC: 20428418621

Razón social: El Cevichon

Dirección legal: Leoncio Prado 160, Chimbote

2. Misión

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo productos de calidad, en la cual alcancen las expectativas de ellos, asimismo ser un lugar donde se permita el desarrollo personal como profesional de cada trabajador.

3. Visión

Ser reconocidos a nivel local como el mejor restaurante por el servicio y platos que brindamos con la mejor calidad, asimismo ser una de las empresas que den oportunidades a todos los trabajadores para que crezcan profesionalmente, con un trato justo.

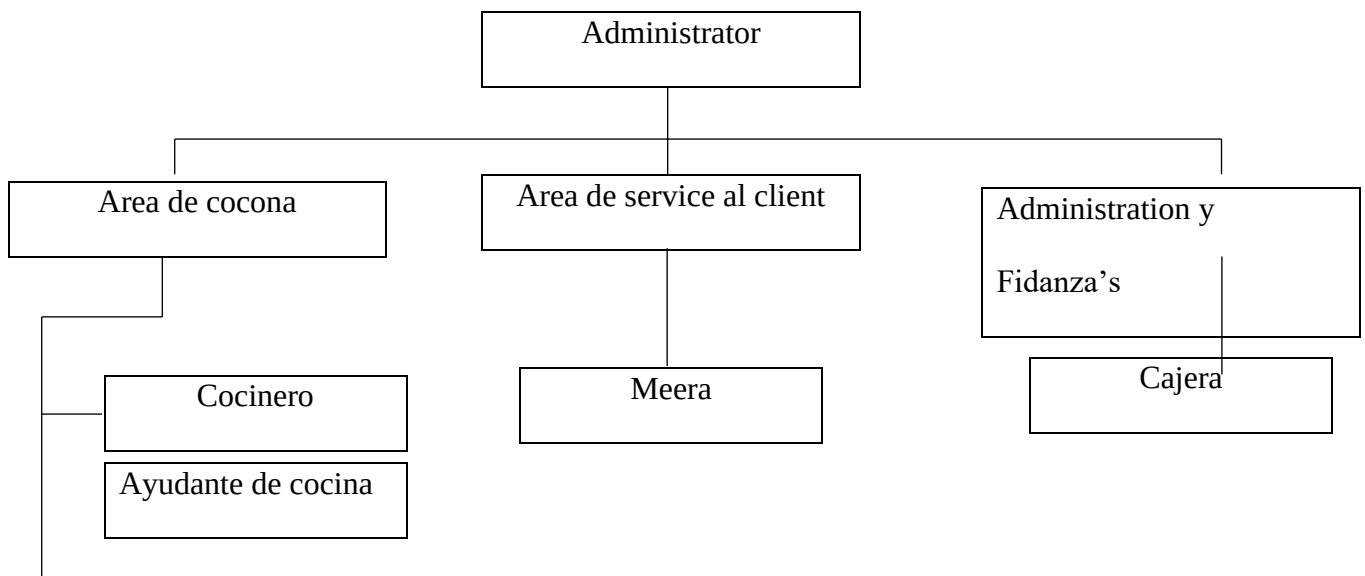
4. Objetivos

- Cumplir con lo que solicitan los clientes en un tiempo oportuno y con un servicio de calidad
- Mejorar la calidad de servicio que se les brinda a los clientes mediante capacitaciones constantes.
- Contratar personal capacitado y con ganas de seguir aprendiendo.
- Fidelizar a los clientes

5. Productos y servicios

La cevichería El Cevichon ofrece una amplia carta de potajes con una buena atención a cada cliente que ingresa al establecimiento para que tenga una buena experiencia y quede satisfecho

6. Organigrama de la empresa



Cargo	Administrador
Perfil y funciones	• Licenciado en administración • La función que realiza es la de dirigir la empresa asignándole funciones a cada trabajador
Cargo	Cocinero
Perfil y funciones	• Estudios técnicos gastronomía • La función que realiza es realizar los potajes que cada cliente pide
Cargo	Ayudante de cocina
Perfil y funciones	• Sin instrucción académica • La función que realiza es ayudar al cocinero a realizar los potajes para los clientes
Cargo	Mozo
Perfil y funciones	• Sin instrucción académica • La función que realiza es la atender a los clientes tomando nota de los pedidos que realizan
Cargo	Cajera
Perfil y funciones	• Estudios incompletes • La función que realiza es la de cobrar el monto que los clientes consumen en el restaurante y al terminar el día realizar su cuadre de caja

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS FODA	1. Se trabaja con proveedores de calidad 2. Los potajes son consumidos por la mayoría de clientes	1. Competencia nueva 2. Clientes con cambio de gustos constantemente 3. Estrategias mejores de la competencia
FORTALEZAS	FO	FA
1. Buena ubicación 2. Precio del producto	Tratar de fidelizar a todos los clientes para generar más ganancias y rentabilidad. (F2, O1, O2) Generar Publicidad para que los clientes lleguen hacia el lugar (F1, O2)	Realizar un plan donde el cliente lleguen al establecimiento y no al de la competencia (F1, A1) Creación de nuevos platos a un precio justo para la satisfacción de las necesidades de los clientes (F2, A2, A3)
DEBILIDADES	DO	DA
1. La sazón no es la mejor 2. No se plantean estrategias 3. No se entregan los potajes a tiempo 4. Falta de personal	Plantear estrategias sobre cómo mejorar el tiempo de espera (D2, D3, DO2) Contratar a personal capacitado y con ganas de seguir desarrollándose en la empresa para que ofrezca los productos a los clientes (D4, O2) Contratar a una persona que capacite al cocinero y pueda presentar un buen plato con los productos de calidad que los proveedores ofrecen (D1, O1)	Inversión en la capacitación de los trabajadores para que implementen estrategias y puedan tener una mejor coordinación (D1, D3, A3) Invertir en nuevos platos que la competencia no tenga (D1, A1)

7. Indicadores de gestión

Indicador	Problema	Causa	Consecuencia
Solución de dudas o reclamos de los clientes	El 58.33% de los representantes no resuelven las dudas o reclamos de los clientes	Los trabajadores no cuentan con una capacitación adecuada sobre atención al cliente	Pérdida de clientes
Satisfacción de los clientes después de la atención	El 58.33% de los representantes indicaron que la satisfacción de los clientes no fue buena	Los trabajadores no cuentan con una sazón de calidad	Pérdida de rentabilidad y clientes
Práctica de liderazgo	El 75% no practican la técnica del liderazgo	Los representantes no tienen estudios superiores universitarios	No tener un personal liderado y capacitado correctamente
Implementación de estrategias para el logro de objetivos	El 66.67% no implementan estrategias para el logro de los objetivos	Los representantes no tienen conocimiento sobre que estrategias se debe aplicar	No lograr que la organización sea competitiva dentro del mercado
Medidas con indicadores directos	El 83.33% no realizan encuestas a los clientes después del servicio brindado	Falta de personal	No saber la opinión de los clientes sobre la atención brindada para una próxima visita
Medidas con indicadores indirectos	El 58.33% indicaron que no entregan los productos en el tiempo indicado	Descoordinación del personal	Insatisfacción de cliente y presentación de reclamos

8. Problemas

Problema	Causa
El 58.33% de los representantes no resuelven las dudas o reclamos de los clientes	Los trabajadores no cuentan con una capacitación adecuada sobre atención al cliente
El 58.33% de los representantes indicaron que la satisfacción de los clientes no fue buena	Los trabajadores no cuentan con una sazón de calidad
El 75% no practican la técnica del liderazgo	Los representantes no tienen estudios superiores universitarios
El 66.67% no implementan estrategias para el logro de los objetivos	Los representantes no tienen conocimiento sobre que estrategias se debe aplicar
El 83.33% no realizan encuestas a los clientes después del servicio brindado	Falta de personal
El 58.33% indicaron que no entregan los productos en el tiempo indicado	Descoordinación del personal

9. Establecer soluciones

Indicador	Problema	Acciones de mejora
Solución de dudas o reclamos de los clientes	El 58.33% de los representantes no resuelven las dudas o reclamos de los clientes	Realizar capacitaciones semanalmente sobre un protocolo establecido por los representantes de cada organización
Satisfacción de los clientes después de la atención	El 58.33% de los representantes indicaron que la satisfacción de los clientes no fue buena	Contratar a una persona especializada para que realice charlas sobre los ingredientes específicos que se le debe poner a cada potaje
Práctica de liderazgo	El 75% no practican la técnica del liderazgo	Cada representante llevar un curso sobre liderazgo para tomar decisiones adecuadas y ayudar al personal en lo que se necesite
Implementación de estrategias para el logro de objetivos	El 66.67% no implementan estrategias para el logro de los objetivos	Cada representante contratar a una persona que los capacite sobre que estrategias aplicar en cualquier caso que se les presente
Medidas con indicadores directos	El 83.33% no realizan encuestas a los clientes después del servicio brindado	Contratar a un personal para la orientación y opinión de los clientes con lo que respecto servicio al cliente y calidad de los potajes
Medidas con indicadores indirectos	El 58.33% indicaron que no entregan los productos en el tiempo indicado	El representante debe asignar a cada personal una función específica y en qué tiempo lo debe realizar

10. Recursos para la implementación de estrategias

Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
Realizar capacitaciones semanalmente sobre un protocolo establecido por los representantes de cada organización	Representante y trabajador	S/. 500	Uso de computadora e internet	30 días
Contratar a una persona especializada para que realice charlas sobre los ingredientes específicos que se le debe poner a cada potaje	Representante y trabajador	S/. 1000	Uso de computadora e internet	30 días
Cada representante llevar un curso sobre liderazgo para tomar decisiones adecuadas y ayudar al personal en lo que se necesite	Representante y trabajador	S/. 1500	Uso de computadora e internet	30 días
Cada representante contratar a una persona que los capacite sobre que estrategias aplicar en cualquier caso que se les presente	Representante y trabajador	S/. 1000	Uso de computadora e internet	30 días
Contratar a un personal para la orientación y opinión de los clientes con lo que respecto servicio al cliente y calidad de los potajes	Representante y trabajador	S/. 1500	Uso de computadora e internet	30 días
El representante asignar a cada personal una función específica y en qué tiempo lo debe realizar	Representante y trabajador	S/.300	Uso de computadora e internet	300 días

11. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Fecha	Término	Año 2023															
				Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Realizar capacitaciones semanalmente sobre un protocolo establecido por los representantes de cada organización	01-08-23	01-09-23	x	x														
2	Contratar a una persona especializada para que realice charlas sobre los ingredientes específicos que se le debe poner a cada potaje	01-08-23	01-09-23	x	x	x	x	x											
3	Cada representante llevar un curso sobre liderazgo para tomar decisiones adecuadas y ayudar al personal en lo que se necesite	01-08-23	01-09-23	x	x	x	x	x											

4	Cada representante contratar a una persona que los capacite sobre que estrategias aplicar en cualquier caso que se les presente	01-08-23	01-09-23						x	x	x								
5	Contratar a un personal para la orientación y opinión de los clientes con lo que respecto servicio al cliente y calidad de los potajes	01-08-23	01-09-23									x	x	x	x				
6	El representante asignar a cada personal una función específica y en qué tiempo lo debe realizar	01-08-23	01-09-23													x	x	x	x

V. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes indicaron que los trabajadores sí muestran disposición con el cliente desde el primer momento que este regresa al establecimiento, asimismo indicaron que se brinda una correcta información sobre los platillos que se presentan en la carta, sin embargo, cuando algún cliente tiene alguna duda o reclamo no se da solución de manera inmediata, lo que sí realizan seguimiento al cliente después de los platos degustados por los clientes.

La mayoría de los representantes indicaron que los trabajadores ayudan activamente a cada cliente durante el proceso de elección, pero indicaron que no se da solución a las inquietudes que tiene algún cliente, sin embargo, el personal utiliza un lenguaje positivo en la atención con cada cliente y que trabajan con profesionalismo, por otro lado, indicaron que los clientes no se sienten satisfechos después de la atención.

La mayoría de los representantes indicaron que la empresa sí toma en cuenta que las necesidades de los clientes cambian constantemente, indicaron también que en su organización no se practica la técnica del liderazgo, pero indicaron que los trabajadores sí se sienten comprometidos con la atención que se les brinda a los clientes haciendo uso de los recursos eficientemente, pero no implementan estrategia para el logro de los objetivos, dando a conocer que el servicio que se brinda a los clientes sí mejora continuamente, tomando decisiones de acuerdo a los hechos y trabajando también con proveedores de calidad.

La mayoría de los representantes indicaron que sí brindan una buena atención a los clientes, pero no realizan encuestas a los clientes después del servicio brindado, asimismo dan a conocer que los platos que solicitan los clientes no son entregados a tiempo, sin embargo, no reciben reclamos constantemente por parte de ellos.

Se elaboró una propuesta de mejora de acuerdo con los resultados con el objetivo de mejorar las capacitaciones en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a cada representante realizar capacitaciones con todo el personal sobre un protocolo de dudas o reclamos establecido por la empresa para que puedan dar solución inmediata sobre cualquier caso que pueda suceder

Contratar a una persona especializada para que realice charlas sobre los ingredientes específicos que se le debe poner a cada potaje, de esta manera cada cliente pueda irse satisfecho del establecimiento

Cada representante llevar un curso sobre liderazgo para tomar decisiones adecuadas y ayudar al personal en lo que se necesite.

Cada representante contratar a una persona que los capacite sobre que estrategias aplicar en cualquier caso que se les presente

Contratar a un personal para la orientación y opinión de los clientes con lo que respecto servicio al cliente y calidad de los potajes

El representante debe asignar a cada personal una función específica y en qué tiempo lo debe realizar

REFERENCIAS BIBIOLGRAFICAS

- Aviles, E. & Cadeño, A. (2018). Diseño de un modelo de gestión de calidad de servicio al cliente para el restaurante “La Finquita”. (Tesis de pregrado). Facultad de ciencias económicas y administrativas. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.
- Arenal, C. (2019). Gestión de atención al cliente consumidor. https://books.google.com.pe/books/about/Gesti%C3%B3n_de_la_atenci%C3%B3n_al_cliente_cons.html?id=F2-_DwAAQBAJ&redir_esc=y
- Blanco, J. (2018). Medición de la satisfacción del cliente del restaurante museo taurino, y formulación de estrategias de servicios para la creación de valor. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- CEPAL. (2020). El turismo será uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del COVID-19-. <https://www.cepal.org/es/noticias/turismo-sera-sectores-economicos-masafectados-america-latina-caribe-causa-covid-19>
- Cisneros, K. (2020). Calidad de servicio y atención al cliente en la ferretería Eureka SRL en el distrito de Sullana. (Tesis de pregrado). Facultad de ciencias e ingeniería. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- Congo, M. (2019). Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma. año 2019. (Tesis de pregrado). Facultad de ciencias e ingeniería. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú

Córdova, R. (2021). Gestión de recursos humanos y atención al cliente de la municipalidad distrital de Morales, 2020. (Tesis de post grado). Universidad Cesar Vallejo, Perú.

De la Cruz, C. (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, casco urbano, distrito de Chimbote, 2019. (Tesis de Pregrado). Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas. Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote. Perú.

Flores, J. (2022). en su tesis titulada *Gestión de recursos humanos y atención al cliente de la municipalidad distrital de Morales, 2020*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar vallejo). Perú

González, F. (2020). ¿Cuáles son los objetivos del servicio al cliente?
<https://www.batiburrillo.net/cuales-son-los-objetivos-del-servicio-al-cliente/>

Gregosz, D. (2021). La Fuerza de la Innovación y el Emprendimiento ¿Es probable que Latinoamérica se suba al carro de las sociedades del conocimiento
https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=b240d8af-e21b-1387-f750-a15763106dd3&groupId=252038

Hernández, M. (2019). Diseños no experimentales.
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html>

Huanchaco, A. (2020). Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020. (Tesis

de Pregrado). Facultad de ciencias e ingeniería. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.

Huertas, I. (2017). Beneficios de una buena atención al cliente.

<https://nube.villanett.com/2017/09/26/beneficios-una-buena-atencion-al-cliente/>

Huayta, I. (2023). Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis. Perú:

<https://upla.edu.pe/nw/wp>

Izquierdo, C. (2019). Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015). España: ICB.

Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecavirtualidad/56053?page=16>

Izquierdo, A. (2018). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y

plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro pollerías,

casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018. (Tesis de

Pregrado). Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas.

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.

López, P. (2018). Población de muestra y muestreo.

[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)

[02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)

López, V. (2019). Estudios: 7 de cada 10 consumidores exigen más de pymes que de

grandes empresas. [https://www.america-retail.com/estudios/estudios-7-de-cada-](https://www.america-retail.com/estudios/estudios-7-de-cada-10-consumidores-exigen-mas-de-pymes-que-de-grandes-empresas/)

[10- consumidores-exigen-mas-de-pymes-que-de-grandes-empresas/](https://www.america-retail.com/estudios/estudios-7-de-cada-10-consumidores-exigen-mas-de-pymes-que-de-grandes-empresas/)

Mateos, M. (2019). Atención al cliente y calidad en el servicio.

[https://es.scribd.com/book/494620887/Atencion-al-cliente-y-calidad-en-el-](https://es.scribd.com/book/494620887/Atencion-al-cliente-y-calidad-en-el-servicio-COMM002PO)

[servicio-COMM002PO](https://es.scribd.com/book/494620887/Atencion-al-cliente-y-calidad-en-el-servicio-COMM002PO)

Mateos, P. y Torres, C. (2020). Atención básica al cliente (Primera edición).

- Mejías, A. (2018). Gestión de calidad. <https://www.ustavillavicencio.edu.co/images/ing-industrial/eventos/gestin-de-la-calidad-mejas-et-al-2018-isbn-978-980-233-724-8.pdf>
- Mendoza, A. (2020). Aprendiendo la metodología de investigación. <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/523/1/LISTO%202.pdf>
- Mendoza, C. (2018). Dirección de investigación, ciencia y técnica. <https://www.mendoza.gov.ar/salud/contactos/investigacion-ciencia-y-tecnica/>
- Monteroy, D. (2019). El cuestionario de la investigación cualitativa. <https://investigaliacr.com/investigacion/el-cuestionario-de-la-investigacion-cualitativa/>
- Oviedo, H. (2019). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009#:~:text=Es%20un%20%C3%ADndice%20usado%20para, correlacionados%20\(3%2C17\).](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009#:~:text=Es%20un%20%C3%ADndice%20usado%20para, correlacionados%20(3%2C17).)
- Pacheco, E. (2019). Caracterización de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Huánuco, 2019. (Tesis de pregrado). Facultad de ciencias e ingeniería. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Padilla, J. (2021). Que es un estudio transversal. <https://lamenteesmaravillosa.com/estudio-transversal/>
- Roa, T. (2021). Chile batió en 2020 su récord de creación de empresas, pese a la pandemia. <https://www.eleconomistaamerica.pe/economia-eAm->

chile/noticias/11091251/03/21/Chile-batio-en-2020-su-record-de-creacion-deempresas-pese-a-la-pandemia.html

Ramírez, J. (2018). Importancia del ciclo de servicio en las mypes y microempresas familiares. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital/numero3/importancia-del-ciclo-de-servicio-en-las-mypes-y-microempresas-familiares/>

Reátegui, J. (2019). Sistema de información para la mejora del proceso de atención al cliente. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/4374>

Rodríguez, F. (2020). ¿Hacia Dónde Va La Atención Al Cliente? <https://www.latinpymes.com/hacia-donde-va-la-atencion-al-clienter/>

Serna, F. (2019). La calidad en el servicio al cliente como factor de competitividad en las pymes. http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xviiicongresoaecca/cd/110c.pdf

Tamayo, E. (2019). Población y muestra. <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

Tarodo, C. (2018). Comunicación empresarial y atención al cliente. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3229607&query=D%C3%ADaz%2C+F.+M.+J.+%282014%29.+Atenci%C3%B3n+b%C3%A1sica+al+cliente%3A+manual+te%C3%B3rico>

ULADECH. (2019). Código de ética para la investigación. Recuperado de: <file:///C:/Users/nicol/Downloads/C%C3%B3digo%20de%20%C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>

- Vásquez, N. (2019). Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019. (Tesis de pregrado). Facultad de ciencias e ingeniería. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- Velásquez, A. (2019). Propuesta de estrategias para mejorar la atención al cliente en un restaurante en Ecuador. (Tesis pregrado). Facultad de ciencias administrativas. Universidad de Guayaquil. Ecuador.
- Yasser, J. (2018). Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa. (Tesis pregrado). Facultad de ciencias económicas y empresariales. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Yzaguirre, E. (2019). Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

ANEXOS

ANEXO 01. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
Problema general ¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023? Problemas específicos ¿Cuáles son las características de los principios de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023? ¿Cuáles son las características de la forma de medir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023? ¿Cuáles son las características de los procesos de atención en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023? ¿Cuáles son las características de las estrategias de atención en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023? ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023?	Objetivo general: Realizar una propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023 Objetivos específicos: Definir las características de los principios de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023. Definir las características de la forma de medir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023 Describir las características de los procesos de atención en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023. Describir las características de las estrategias de atención en las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2023. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023	En el presente trabajo no se planteó hipótesis por ser de nivel descriptivo	Variable 1: Atención al cliente Dimensiones: • Procesos de atención • Estrategias de atención Variable 2: Gestión de calidad Dimensiones: • Principios de la gestión de calidad • Formas para medir la gestión de calidad	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental, transversal Población: 12MYPE muestra: 12 MYPE Técnica e instrumento Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

Anexo 02. Instrumento de recolección de datos



INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo con las siguientes alternativas.

Respecto a la variable Atención al cliente

Escala

Sí

No

Dimensión 1: Atención al cliente	Sí	No
1. ¿Se muestra disposición desde el primer momento que el cliente ingresa al establecimiento?		
2. ¿Se ofrece la Información correcta sobre los platos que se ofrecen a los clientes?		
3. ¿Se da Solución eficientemente a las dudas o reclamos de los clientes?		
4. ¿Se da Seguimiento de la satisfacción del cliente después de la compra?		
Dimensión 2: Estrategias de atención		
5. ¿Brinda ayuda activamente a cada cliente durante el proceso de atención?		
6. ¿La empresa y colaboradores solucionan las inquietudes que tienen los clientes en el proceso de elección?		
7. ¿Los trabajadores utilizan un lenguaje positivo en todo momento que atienden a los clientes?		
8. ¿Usted considera que los trabajadores tienen profesionalismo al atender a los clientes?		
9. ¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida?		

Respecto a la variable Gestión de calidad

Escala

Sí

No

Dimensión 1: Principios de la gestión de calidad	Sí	No
1. ¿En el restaurante se toma en cuenta que las necesidades de los clientes cambian constantemente?		
2. ¿En el restaurante se practica la técnica del liderazgo?		
3. ¿Ustedes como trabajadores están comprometidos con la atención que se brinda a los clientes?		
4. ¿En el restaurante utilizan los recursos eficientemente?		
5. ¿En el restaurante implementan estrategias para el logro de los objetivos trazadas?		
6. ¿El servicio que brinda a los clientes mejora continuamente?		
7. ¿En el restaurante la toma de decisiones lo realizan de acuerdo con los hechos?		
8. ¿El restaurante trabaja con proveedores de calidad?		
Dimensión 2: Formas de medir la gestión de calidad		
9. ¿El restaurante brinda una buena atención a sus clientes?		
10. ¿Realizan encuestas a los clientes después del servicio brindado por el personal?		
11. ¿Los potajes que piden los clientes son entregados en el tiempo correcto?		
12. ¿Los clientes realizan reclamos constantemente?		

Validación de experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Miguel Ángel Limo Vásquez

N° DNI / CE: ...18215927.....

Edad: 44 años

Teléfono / celular: 949853330

Email: mlimov@uladech.edu.pe

Título profesional: Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría X

Doctorado: _____

Especialidad: Administración

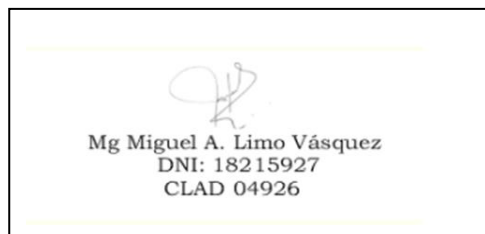
Institución que labora: ULADECH

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERÍAS EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023

Autor(es): GARCÍA ALFARO, JHONNATAN DAVID

Programa académico: Administración



78



Firma del Experto

Huella digital del experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Miguel Ángel Limo Vásquez.

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: GARCÍA ALFARO, JHONNATAN DAVID

estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERÍAS EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,

DNI:



Firma de estudiante

Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Variable 1: Atención al Cliente	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Procesos de atención							
1	¿Se muestra disposición desde el primer momento que el cliente ingresa al establecimiento?	X		X		X		
2	¿Se ofrece la Información correcta sobre los platos que se ofrecen a los clientes?	X		X		X		
3	¿Se da Solución eficientemente a las dudas o reclamos de los clientes?	X		X		X		
4	¿Se da Seguimiento de la satisfacción del cliente después de la compra?	X		X		X		
	Dimensión 2: Estrategias de atención							
1	¿Brinda ayuda activamente a cada cliente durante el proceso de atención?	X		X		X		
2	¿La empresa y colaboradores solucionan las inquietudes que tienen los clientes en el proceso de elección?	X		X		X		
3	¿Los trabajadores utilizan un lenguaje positivo en todo	X		X		X		

	momento que atienden a los clientes?							
4	¿Usted considera que los trabajadores tienen profesionalismo al atender a los clientes?	x		x		x		
5	¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida?	x		x		x		
	Variable 2: Gestión de calidad							
	Dimensión 1: Principios de la gestión de calidad							
1	¿En el restaurante se toma en cuenta que las necesidades de los clientes cambian constantemente?	x		x		x		
2	¿En el restaurante se practica la técnica del liderazgo?	x		x		x		
3	¿Ustedes como trabajadores están comprometidos con la atención que se brinda a los clientes?	x		x		x		
4	¿En el restaurante utilizan los recursos eficientemente?	x		x		x		
5	¿En el restaurante implementan estrategias para el logro de los objetivos trazadas?							
6	¿El servicio que brinda a los clientes mejora continuamente?	x		x		x		
7	¿En el restaurante la toma de	x		x		x		

	decisiones lo realizan de acuerdo con los hechos?							
8	¿El restaurante trabaja con proveedores de calidad?	X		X		X		
	Dimensión 2: Formas de medir la gestión de calidad							
9	¿El restaurante brinda una buena atención a sus clientes?	X		X		X		
10	¿Realizan encuestas a los clientes después del servicio brindado por el personal?	X		X		X		
11	¿Los potajes que piden los clientes son entregados en el tiempo correcto?	X		X		X		
12	¿Los clientes realizan reclamos constantemente?	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar
 () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr. / Mg Miguel Ángel Limo Vásquez ... DNI
 18215927.....


 Mg Miguel A. Limo Vásquez
 DNI: 18215927
 CLAD 04926

Firma



Validación de experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Yuly Yolanda Morillo Campos

Nº DNI / CE: ...33263862.....

Edad: 50 años

Teléfono / celular:943018284.....

Email: yymorillo@gmail.com

Título profesional: Licenciada en Administración

Grado académico: Maestría X

Doctorado: _____

Especialidad:

.....Gestión Pública.....

Institución que labora:

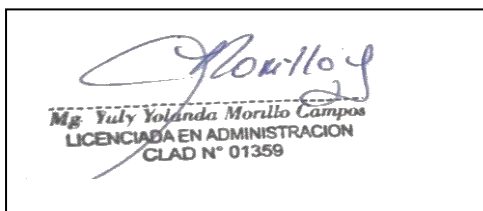
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: “PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERÍAS EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023”

Autor: GARCÍA ALFARO, JHONNATAN DAVID

Programa académico: Administración

ADMINISTRACIÓN



Firma del Experto



Huella digital del experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Yuly Yolanda Morillo Campos.

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: GARCÍA ALFARO, JHONNATAN DAVID estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERÍAS EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,

DNI:



Firma de estudiante

Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO	Variable 1: Atención al Cliente	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Procesos de atención	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se muestra disposición desde el primer momento que el cliente ingresa al establecimiento?	X		X		X		
2	¿Se ofrece la Información correcta sobre los platos que se ofrecen a los clientes?	X		X		X		
3	¿Se da Solución eficientemente a las dudas o reclamos de los clientes?	X		X		X		
4	¿Se da Seguimiento de la satisfacción del cliente después de la compra?	X		X		X		
	Dimensión 2: Estrategias de atención							
1	¿Brinda ayuda activamente a cada cliente durante el proceso de atención?	X		X		X		
2	¿La empresa y colaboradores solucionan las inquietudes que tienen los clientes en el proceso de elección?	X		X		X		
3	¿Los trabajadores utilizan un lenguaje positivo en todo	X		X		X		

	momento que atienden a los clientes?							
4	¿Usted considera que los trabajadores tienen profesionalismo al atender a los clientes?	x		x		x		
5	¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida?	x		x		x		
	Variable 2: Gestión de calidad							
	Dimensión 1: Principios de la gestión de calidad							
1	¿En el restaurante se toma en cuenta que las necesidades de los clientes cambian constantemente?	x		x		x		
2	¿En el restaurante se practica la técnica del liderazgo?	x		x		x		
3	¿Ustedes como trabajadores están comprometidos con la atención que se brinda a los clientes?	x		x		x		
4	¿En el restaurante utilizan los recursos eficientemente?	x		x		x		
5	¿En el restaurante implementan estrategias para el logro de los objetivos trazadas?							
6	¿El servicio que brinda a los clientes mejora continuamente?	x		x		x		
7	¿En el restaurante la toma de	x		x		x		

	decisiones lo realizan de acuerdo con los hechos?						
8	¿El restaurante trabaja con proveedores de calidad?	X		X		X	
	Dimensión 2: Formas de medir la gestión de calidad						
9	¿El restaurante brinda una buena atención a sus clientes?	X		X		X	
10	¿Realizan encuestas a los clientes después del servicio brindado por el personal?	X		X		X	
11	¿Los potajes que piden los clientes son entregados en el tiempo correcto?	X		X		X	
12	¿Los clientes realizan reclamos constantemente?	X		X		X	

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr. /Mg Yuly Yolanda Morillo Campos DNI 33263862.....


Mg Yuly Yolanda Morillo Campos
LICENCIADA EN ADMINISTRACION
CLAD N° 01359

Firma



Validación de experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Robert Rubio Castillo.

Nº DNI / CE:33888279.....

Edad: 51 años

Teléfono / celular:

Título profesional: Licenciado en Administracion

Grado académico: Maestría X

Doctorado: _____

Especialidad:

..... Magister en

Administración.....

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: “PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERÍAS EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023”

Autor(es): GARCÍA ALFARO, JHONNATAN DAVID

...Programa académico: Administración de Empresas.....



MG. ROBERT RUBIO CASTILLO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD Nº 01358

88



Firma del Experto

Huella digital del experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Robert Rubio Castillo.

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: GARCÍA ALFARO, JHONNATAN DAVID estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: “PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERÍAS EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,

DNI: 47641709



Firma de estudiante

Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO	Variable 1: Atención al Cliente	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Procesos de atención	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se muestra disposición desde el primer momento que el cliente ingresa al establecimiento?	X		X		X		
2	¿Se ofrece la Información correcta sobre los platos que se ofrecen a los clientes?	X		X		X		
3	¿Se da Solución eficientemente a las dudas o reclamos de los clientes?	X		X		X		
4	¿Se da Seguimiento de la satisfacción del cliente después de la compra?	X		X		X		
	Dimensión 2: Estrategias de atención							
1	¿Brinda ayuda activamente a cada cliente durante el proceso de atención?	X		X		X		
2	¿La empresa y colaboradores solucionan las inquietudes que tienen los clientes en el proceso de elección?	X		X		X		
3	¿Los trabajadores utilizan un lenguaje positivo en todo momento que atienden a los	X		X		X		

	clientes?							
4	¿Usted considera que los trabajadores tienen profesionalismo al atender a los clientes?	x		x		x		
5	¿Cree usted que los clientes se sienten satisfechos con la atención recibida?	x		x		x		
	Variable 2: Gestión de calidad							
	Dimensión 1: Principios de la gestión de calidad							
1	¿En el restaurante se toma en cuenta que las necesidades de los clientes cambian constantemente?	x		x		x		
2	¿En el restaurante se practica la técnica del liderazgo?	x		x		x		
3	¿Ustedes como trabajadores están comprometidos con la atención que se brinda a los clientes?	x		x		x		
4	¿En el restaurante utilizan los recursos eficientemente?	x		x		x		
5	¿En el restaurante implementan estrategias para el logro de los objetivos trazadas?							
6	¿El servicio que brinda a los clientes mejora continuamente?	x		x		x		
7	¿En el restaurante la toma de decisiones lo realizan de	x		x		x		

	acuerdo con los hechos?							
8	¿El restaurante trabaja con proveedores de calidad?	X		X		X		
	Dimensión 2: Formas de medir la gestión de calidad							
9	¿El restaurante brinda una buena atención a sus clientes?	X		X		X		
10	¿Realizan encuestas a los clientes después del servicio brindado por el personal?	X		X		X		
11	¿Los potajes que piden los clientes son entregados en el tiempo correcto?	X		X		X		
12	¿Los clientes realizan reclamos constantemente?	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de experto:
()

Aplicable (X)
No aplicable ()

Aplicable después de modificar

Nombres y Apellidos de experto: Dr. /Mg Robert Rubio Castillo DNI 33888279.....


Mg. ROBERT RUBIO CASTILLO
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD N° 01358
 Firma



Anexo 4. Confiabilidad del instrumento

ATENCION AL CLIENTE								
Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9
1	1	1	1	1	0	1	1	0
1	1	1	1	1	1	1	0	0
1	1	0	0	0	1	0	1	0
0	1	0	1	0	1	0	0	1
1	1	1	0	1	0	1	1	1
1	0	1	1	0	1	0	0	0
1	1	0	0	1	0	1	0	1
0	1	0	1	1	1	0	0	0
1	0	1	1	0	1	0	1	1
1	0	0	1	1	1	0	0	1
0	1	1	1	1	0	1	1	1
1	1	1	1	1	0	0	1	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	1	0	1	1	1	0	0	1
0	0	0	1	0	0	0	0	0

GESTION DE CALIDAD											
Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12
1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1
1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1
1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1
0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1
1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1
1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1
1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0
1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1
1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1
0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Estadísticas de fiabilidad				
Alfa de Cronbach de elementos				
	0.751	21		
Estadísticas de total de elemento				
	si el elemento se ha suprimido	si el elemento se ha suprimido	si el elemento se ha suprimido	si el elemento se ha suprimido
p1	9.7333	15.781	0.393	0.736
p2	9.7333	15.495	0.471	0.730
p3	9.9333	15.781	0.364	0.738
p4	9.6667	17.381	-0.012	0.763
p5	9.8000	15.600	0.421	0.733
p6	9.8667	16.981	0.069	0.760
p7	10.0667	16.067	0.317	0.741
p8	10.0000	15.143	0.543	0.724
p9	9.8667	15.695	0.386	0.736
l1	9.8000	15.600	0.421	0.733
l2	9.9333	16.067	0.292	0.743
l3	10.2000	16.457	0.272	0.744
l4	9.9333	16.638	0.151	0.754
l5	9.6667	15.381	0.544	0.725
l6	10.0667	15.352	0.511	0.727
l7	10.0667	16.352	0.241	0.747
l8	10.0000	16.286	0.244	0.747
l9	10.0000	15.571	0.428	0.733
l10	10.1333	16.124	0.329	0.741
l11	10.0000	16.143	0.280	0.744
l12	9.5333	18.410	-0.328	0.774

Anexo 5. Formato de consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo de Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted quedaran con una copia.

La presente investigación se titula Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.

Y es dirigido por García Alfaro Jhonnatan David, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

El propósito de la investigación es Establecer una propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías, por ello se les invita a participar en una encuesta que tomara 5 minutos de su tiempo. Su participación en la encuesta es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea necesario.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la universidad. Si desea también podrá escribir al correo jhonnatan_garcia@gmail.com, para recibir información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si esta de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación

Nombre y apellido: Lazo Ponce Margarita Maritza

Correo: marylunachimbote@gmail.com

Fecha: Julio 2023



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo de Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted quedaran con una copia.

La presente investigación se titula Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.

Y es dirigido por García Alfaro Jhonnatan David, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

El propósito de la investigación es Establecer una propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías, por ello se les invita a participar en una encuesta que tomara 5 minutos de su tiempo. Su participación en la encuesta es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea necesario.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la universidad. Si desea también podrá escribir al correo jhonnatan_garcia@gmail.com, para recibir información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si esta de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación

Nombre y apellido: Ricardo Sachun Patiño

Correo: cevicheriaelcevichon@gmail.com

Fecha: Julio 2023



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo de Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted quedaran con una copia.

La presente investigación se titula Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.

Y es dirigido por García Alfaro Jhonnatan David, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

El propósito de la investigación es Establecer una propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías, por ello se les invita a participar en una encuesta que tomara 5 minutos de su tiempo. Su participación en la encuesta es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea necesario.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la universidad. Si desea también podrá escribir al correo jhonnatan_garcia@gmail.com, para recibir información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Si esta de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación

Nombre y apellido: Ivan Daniel Cueva

Correo:

Fecha: Julio 2023



Anexo 6. Documento de aprobación de institución para la recolección de información



ESCULA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Carta s/nº1 - 2023-ULADECH CATÓLICA

Sr(a).

RICARDO SANCHUN PATIÑO

Representante de la cevichería “EL CEVICHON.”

Presente. –

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, García Alfaro Jhonnatan David, con código de matrícula N.º 0111111038, de la Carrera Profesional de administración, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado “Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro cevicherías en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2023.”, durante los meses de junio, julio, agosto, setiembre, del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Anexo 7. Evidencia de ejecución

DECLARACIÓN JURADA

Yo, GARCÍA ALFARO JHONNATAN DAVID, identificado (a) con DNI: 47641709, con domicilio real: Calle Uranio Mz M Lt 20B AA.HH. Esperanza Alta, departamento Áncash. DECLARO BAJO JURAMENTO En mi condición de (estudiante/bachiller) de administración con código de estudiante: 0111111038 de la Escuela Profesional de Administración. Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-1: 1. Que los datos consignados en la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO CEVICHERÍAS EN LA ZONA CÉNTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2023. Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad Chimbote, 10 de Julio del 2023.



Firma del estudiante/bachiller

DNI 47641709

