



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN
DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS,
SECTOR SERVICIO, RUBRO POLLERÍAS, ZONA CÉNTRICA
DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.

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

AUTOR

PAJUELO ZARZOSA, ALAN GUILLERMO

ORCID. 0000-0002-2987-3169

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID. 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

Pajuelo Zarzosa, Alan Guillermo

Orcid. 0000-0002-2987-3169

Investigador principal

Estudiante de la Escuela Profesional de Administración

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid. 0000-0002-6399-5928

Docente Tutor Investigador de la Escuela Profesional de

Administración

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Orcid. 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid. 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

Orcid. 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios y a mis padres y hermanos, por darme la fortaleza, el soporte y respaldo absoluto, quienes fueron el impulso para seguir adelante y culminar el trabajo de investigación.

Al Dr. Reinerio Zacarías Centurión, por apoyarme y orientarme en el proceso y desarrollo de mi investigación, brindándome todos los conocimientos requeridos, para poder culminar el trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A Dios, a pesar que desistí, me ilumino para así continuar, dándome esa voluntad y fuerza incomprensible para seguir adelante y superar cualquier limitación, permitiéndome concluir con este trabajo de investigación.

A mis padres que hicieron todo lo que han podido por verme realizado, ya que habiendo desistido ellos me motivaron a que no me diera por vencido y sobre todo por ese inmenso amor incondicional en todo momento, hoy estén enorgullecidos de mi por haber logrado culminar esta maravillosa etapa de mi vida.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote 2018. La metodología fue No experimental-transversal-descriptivo, con una población de 22 Mypes, se determinó una muestra de 20 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo como resultados: El 45% de los representantes tienen de 18 a 33 años, El 50% son de género masculino, El 50% tiene una instrucción superior universitario, El 70% son administradores, El 75% tienen entre 0 a 3 años desempeñando el cargo, El 65% tiene 0 a 3 años en el rubro, El 50% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 100% tiene trabajando a personas no familiares, El 90% tiene como objetivo generar rentabilidad, El 95% indica que la gestión de calidad ayuda alcanzar sus objetivos, El 70% conoce el termino gestión de calidad. Concluyendo: La mayoría de los representantes tienen de 0 a 3 años en el cargo, son administradores, son del género masculino, tienen instrucción superior universitario y tienen de 18 a 33 años, la totalidad tiene trabajando a personas no familiares y la mayoría tienen 0 a 3 años en el rubro, tienen de 1 a 5 trabajadores, tienen como objetivo generar ingresos, la gestión de calidad le ayuda alcanzar los objetivos y conocen el termino gestión de calidad.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad, Micro y Pequeñas Empresas.

ABSTRACT

The present research work had as a general objective: To determine the main characteristics of the Quality Management in Customer Service in the micro and small companies of the service sector, pollería area, downtown area of the district of Nuevo Chimbote 2018. The methodology was Non-experimental -transversal-descriptive, with a population of 22 Mypes a sample of 20 Mypes was determined, to which a questionnaire of 23 questions was applied, obtaining as results: 45% of the representatives are 18 to 33 years old, 50% are male, 50% have a higher university education, 70% are administrators, 75% are between 0 and 3 years carrying the charge, 65% are 0 to 3 years in the field, 50% are 1 to 5 workers, 100% have to work with unfamiliar people, 90% aims to generate profitability, 95% indicate that quality management helps achieve their objectives, 70% know the term No quality management. Concluding: The majority of the representatives have from 0 to 3 years in office, are administrators, are male, have higher university education and are from 18 to 33 years old, all of them have non-family people working, and the majority have 0 to 3 years in the field, are 1 to 5 workers, their objective is to generate income, quality management helps you achieve the objectives and they know the term quality management.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Micro and Small Businesses.

CONTENIDO

1. Equipo de trabajo	ii
2. Jurado evaluador y asesor	iii
3. Agradecimiento y/o dedicatoria	iv
4. Resumen y abstract	vi
5. Contenido	viii
6. Índice de tablas y figuras	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
III.HIPÓTESIS	31
IV.METODOLOGÍA	32
4.1 Diseño de la de investigación	32
4.2 Población y muestra.....	32
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores	33
4.4 Técnicas de instrumentos.....	36
4.5 Plan de análisis	36
4.6 Matriz de consistencia	37
4.7 Principios éticos.....	38
V. RESULTADOS.....	39
5.1 Resultados.....	39
5.2 Análisis de resultados	45
5.3 Plan de mejora	53
VI. CONCLUSIONES.....	64
RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66
Anexos	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.	39
Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.	40
Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.	41
Tabla 4. Plan de mejora de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.	44

Índice de figuras

Figura 1. Edad del representante	83
Figura 2. Género del representante	83
Figura 3. Grado de instrucción del representante	84
Figura 4. Cargo del representante	84
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo el representante	85
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro en el rubro	85
Figura 7. Número de trabajadores	86
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa	86
Figura 9. Objetivo de creación	87
Figura 10. Conoce el término de gestión de calidad	87
Figura 11. Técnicas modernas de gestión de calidad	88
Figura 12. Dificultad en la gestión de calidad	88
Figura 13. Técnica para medir el rendimiento del personal	89
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento	89
Figura 15. Gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos	90
Figura 16. Conoce el término atención al cliente	90
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda	91
Figura 18. La atención al cliente es fundamental	91
Figura 19. Herramientas utilizadas para un servicio de calidad	92
Figura 20. Factor de la calidad en el servicio que brinda	92
Figura 21. La atención que brinda a los clientes	93
Figura 22. Está dando una mala atención al cliente	93
Figura 23. Resultados logrados brindando una buena atención al cliente	94

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito internacional las micro y pequeñas empresas son vitales para la economía de su respectivo país, tanto es la importancia que beneficia a los trabajan en ello y a sus familias, sin embargo no todas estas empresas sobreviven largo tiempo, de lo contrario están en el mercado por escasos años, esto se da por el desconocimiento de la variable gestión de calidad a la vez de la técnica administrativa de atención al cliente siendo estos dos, de las importantes causas por la cual el servicio es pésimo y se hace poco por mejorarlo, claro está, que esto se da a nivel global.

En cuestión de España las micro y pequeñas empresas, fomentan empleos y reducen la pobreza significativamente, pero en general de estas empresas quiebran debido a que no aplican la correcta atención al cliente además de no ejecutar la correcta gestión de calidad, la atención al cliente, así pues son reacios a que sus productos y servicios no innoven, y al transcurrir los años otras empresas innovadoras superan a estas, por lo que es inevitable seguir mejorando en los distintos procesos tanto en la gestión de calidad y atención al cliente. (Mata, 2016)

Según el autor no debemos tener miedo a ser diferentes, cuánta razón tiene en cuanto a la innovación de procesos en el servicio en general y eso no solo es en España sino que en Perú también se da, es pésima la gestión de calidad y la atención al cliente y no quieren prevalecer ni mejorar y en muchos casos he observado que los dueños son conformistas y piensan que nunca van a quebrar.

En Argentina entre un 50% y 75% de las mypes fracasan dentro de los 3 años y esto es porque el negocio no es rentable y hay una problemática externa siendo la política, claro está además que también fallan en el equipo de trabajo pues no capacitan a los empleados, siendo esto lo que repercute en el servicio final además de una falta de ejecución de una buena gestión. (Paulise, 2015).

La autora muy aparte de mencionar que las empresas fracasan por el tema político, fundamenta que por parte de los dueños no existe la suficiente motivación por parte de ellos, esto no es diferente a lo que sucede en Perú, pues acá también la mayoría de los representantes no toman importancia al personal, salvo al personal que lleva décadas laborando, siendo esto un grave problema de rotación de parte de la mayoría de colaboradores; afectando al servicio brindado.

De tal manera esto sucede en Perú, donde una de cada tres empresas registra el cierre de sus emprendimientos y entre el 50% y el 75% bajan en sus ventas a causa de la ejecución con respecto a la gestión de calidad, estos inconvenientes se ven expresados en la falta de delegación de funciones queriendo hacerlo todo, la escasa noción que tienen sobre su misión y visión de sus emprendimientos, también el poco realismo que tienen sobre su competencia, a la vez no pueden alcanzar sus objetivos planteados, debido a esto deben mejorar estas dificultades con la gestión de calidad y así pretender perfeccionar sus procesos y la calidad de atención lo cual permitirá el crecimiento en el rubro (Grimaldo, 2016).

El autor da a entender lo que la tercera parte de emprendedores realiza, aperturan sus negocios sin un plan que deberían de seguir, resaltando que en muchos de los negocios toma su tiempo posicionarse en el mercado; los emprendedores dado a la incertidumbre de la realidad, no persisten mucho menos innovan; es así que solamente esperan a recuperar su inversión y así seguir de rubro en rubro.

En Ancash las micro y pequeñas empresas la gran mayoría de micro y pequeñas empresas son informales, dado a esto no reciben orientación por parte de las entes empresariales como la cámara de comercio que frecuentemente realiza capacitaciones sobre cómo gestionar adecuadamente nuestras empresas, cabe resaltar que la mayoría de empresas se abre por emoción y por lo tanto quiebran al año y para que estas empresas se formalicen han sido muy lentas, por lo que Hernández (2019) señaló “que existe un alto índice de informalidad esto se debe a la poca presencia del Estado y la desinformación en los pequeños empresarios”.

En la ciudad de Chimbote los emprendedores restauranteros anhelan alcanzar la libertad financiera, aun cuando es complicado mantenerse en el mercado, así pues me permito precisar sin duda alguna que en esta ciudad los precios de sus productos en las pollerías son más caras en comparación a otras ciudades de mayor población como Trujillo, Chiclayo, Piura incluso Arequipa; pues aun así hace falta mejorar continuamente la gestión de calidad y la atención al cliente en las pollerías. A todo lo manifestado, las micro y pequeñas empresas deberían gestionar una adecuada gestión de calidad en la atención al cliente en el servicio que ofrecen, esto facilitará cumplir con las exigencias del cliente, lograr su fidelidad, el prestigio y posicionarse en la mente de los consumidores y no quedarse allí, seguir mejorando a lo largo de los años con nueva tecnologías, etc. y para proporcionar la información se precisa, y se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018?

Para responder a la pregunta de investigación se planteó como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018

Para obtener el objetivo general se planteó los objetivos específicos a continuación: Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Conocer las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Detallar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Elaborar y proponer un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

En consecuencia, la investigación se justificó ya que permitió conocer las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Permitted conocer si las Micro y Pequeñas empresas del espacio de estudio desarrollan herramientas de gestión de calidad como es la atención al cliente para el desarrollo de sus actividades empresariales, y así lograr el posicionamiento en el rubro, tratando de fidelizar a sus clientes y atraer potenciales clientes enfocándose en la excelente atención al cliente de tal modo que el servicio supere las expectativas de los clientes.

Además la investigación se utilizó el diseño no experimental debido la investigación se realizó sin cambiar la variable gestión de calidad en atención al cliente, transversal porque la investigación se realizó en un determinado tiempo y espacio y descriptivo obviamente representa la realidad de los aspectos a investigar.

Así mismo para el recojo de información se utilizó una población de 22 micro y pequeñas empresas y una muestra de 20 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplico un cuestionario estructurado de 23 preguntas cerradas.

Obteniendo como resultado el 45% de los representantes tienen de 18 a 33 años, el 50% son de género masculino, el 50% tiene una instrucción superior universitario, el 70% son administradores, el 75% tienen entre 0 a 3 años desempeñando el cargo.

Concluyendo que la mayoría de los representantes tiene de 18 a 33 años, son del género masculino, tienen instrucción superior universitaria, son administradores, tienen 0 a 3 años en el cargo que, complementando que el estudio contiene información veraz y privilegiada, sirviendo como fuente para otras investigaciones futuras.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes Internacional

En este presente estudio se incluye a los antecedentes internacionales, es decir, que se estos estudios es elaborado en cualquier ciudad de algún u otro país del mundo, esto no pertenecerá a Perú, y es considera porque está vinculado con la muestra de análisis y variables de este presente estudio.

Torres (2019) en su tesis *Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la sanduchería y pastelería “le croissant” del canton samborondon*, tuvo como objetivo general: Diseñar la propuesta para el Mejoramiento de Calidad en el Servicio a los Clientes de la Sanduchería y Pastelería “Le Croissant” del Cantón Samborondon, y planteó los siguientes objetivos específicos: Exponer los aspectos teóricos y metodológicos relacionados con el tema de investigación para el mejoramiento de la atención del servicio al cliente; identificar las problemáticas que evitan el Mejoramiento de Calidad en el Servicio a los clientes de la Sanduchería y Pastelería “Le Croissant” y diseñar un programa para el mejoramiento de calidad en el Servicio a los clientes dentro del área de ventas de la Sanduchería y pastelería “Le Croissant” del cantón Samborondón. La metodología utilizada fue la siguiente: cuantitativo que brindará un análisis de la información recopilada de dicho trabajo de investigación La población fue 290 clientes de la Sanduchería y pastelería “Le Croissant” del cantón Samborondón, y se determinó una muestra 166 clientes de la Sanduchería y pastelería “Le Croissant” del cantón Samborondón. La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 48% asiste con frecuencia de 3 o 4 veces al mes a consumir en la Sanduchería, el 36% califica como regular el servicio del personal, el 30% califica como regular la actitud en el servicio, el 25% del cliente califica como bueno a la apariencia del personal, el 43% añade que es excelente el servicio en el tiempo de espera, el 61% explica que pocas veces reciben un producto exactamente como ordenaron, el 49% informa que es excelente la capacidad de solución ante un

inconveniente, el 67% estas personas no estarían seguras de compartir sus experiencias en Le croissant. Llego a las siguientes conclusiones: determinamos que del 100% de los encuestados, solo el 40% está satisfecho con la atención al cliente que reciben de parte el personal y el 60% no reciben una excelente atención, lo que ocasiona que la empresa no tenga un buen prestigio de sus clientes. Mediante esta investigación se estableció estrategias que puedan mejorar la calidad de servicio que ofrecen el personal, aprendiendo nuevos conocimientos, habilidades y destrezas al fin de obtener un servicio eficaz y de calidad, alcanzando los objetivos primordiales que es tener una excelente relación del servicio al cliente. Se concluye que la propuesta ofrece una solución implementando una Capacitación de servicio de atención al cliente, se desarrollara y fortalecerá el servicio eficaz, generando buena actitud de calidad a través de estándares de excelencia, generando que el personal de la empresa mejore la atención al cliente de manera exitosa como fue el propósito de esta investigación.

Villaalba (2016) en su tesis *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azucabeach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*, tuvo como objetivo general: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos, y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las posibles causas que afectan a las expectativas del cliente por parte del servicio que obtienen, establecer un diagnóstico de la calidad de servicio y atención al cliente que ofrece cada uno de los restaurantes y definir estrategias de mejora que permitan brindar un servicio de calidad al cliente. La metodología utilizada fue la siguiente: descriptiva y técnicas de investigación. La población fue 3000 clientes del Azuca Beach al mes y se determinó una muestra de 341 clientes del Azuca Beach al mes; repartidos con un promedio de 114 clientes para cada uno La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: el 54% fueron de género masculino, el 64% tienen de 18 a 25 años

de edad, el 38% está de acuerdo con la amabilidad del personal, un 37% están de acuerdo con la paciencia del personal, el 33% está de acuerdo con este aspecto del tiempo de espera, el 37% están de acuerdo con la oferta variada, el 40% la comida estuvo dentro de sus expectativas, el 43% está de acuerdo con la presentación del plato, El 39% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que el sabor de la bebida fue agradable, el 45% está de acuerdo con la presentación de las bebidas, el 53% está de acuerdo con la limpieza del restaurante, el 39% está de acuerdo con la limpieza del baño, el 55% está de acuerdo con el servicio en general, el 41% frecuenta el establecimiento rara vez, el 97% si recomendaría este restaurante. Llego a las siguientes conclusiones: la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado. El sistema de evaluación escogido ha reflejado de manera exitosa la situación actual del establecimiento, con respecto a la satisfacción del cliente tanto interno como externo. Permitiendo así, establecer las posibles soluciones a los problemas encontrados. La mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente. En cuanto al ambiente laboral, se pudo constatar que los colaboradores tienen claras sus funciones y responsabilidades, sin embargo se sienten desmotivados por la falta de entrenamiento y capacitaciones, lo cual es considerado como un impedimento para crecer profesionalmente dentro de la organización. Con los resultados obtenidos de las encuestas, se ha elaborado una serie de propuestas o estrategias para mejorar el servicio y la calidad de atención al cliente, así como estrategias para renovar el ambiente laboral, y de esta manera poder brindar un valor adicional al cliente. Finalmente, en cuanto al uso del sistema de medición de calidad empleado, se pudo constatar que este se ajusta y es congruente con los resultados que se requería obtener, sin embargo, es

necesario adicionar otras escalas de medición, como por ejemplo la medición del tiempo entre el cual el cliente acude al establecimiento y el tiempo de recibo de su orden solicitada, que repercute en la percepción del servicio otorgado.

a) Antecedentes nacionales.

En esta investigación se va a comprender los antecedentes a nivel nacional, de todos los proyectos de aquellos autores que elaboraron para sus respectivas investigaciones en cualquier parte del Perú.

Antúnez (2017) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. La metodología utilizada fue la siguiente: diseño no experimental – transversal – descriptivo. La población fue de 26 micros y pequeñas empresas pertenecientes al sector servicio - rubro restaurantes. Y se determinó una muestra dirigida de 22 micro y pequeñas empresas las que aceptaron participar en la investigación. La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 72,7% tienen una edad entre 31-50 años de edad. El 63,6% son de género masculino. El 45,5% tienen un grado de

instrucción superior. El 63,6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 59,1% de las micro y pequeñas empresas son informales. El 68,2% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad. El 40,9% manifiestan usar la mejora continua como técnica de gestión en su negocio. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad planificar sus actividades para determinar la calidad dentro de su negocio. El 36,4% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes EL BUEN TRATO. El 45,5% al contratar a su personal prefiere dar la oportunidad de trabajo a sus familiares. El 54,5% no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. El 50% de las micro y pequeñas empresas señalan que se adecuan a los factores externos cambiantes como la innovación del producto. El 59,1% señala que una atención de calidad contribuye en un aumento de ventas para el negocio. Llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las micro empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

García (2015) en su tesis *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las mype del rubro restaurantes del distrito de lalaquiz - huancabamba, 2015*, tuvo como objetivo general: Establecer las características de la atención del cliente y la capacitación de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015., y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de atención al cliente en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. Indicar los factores más relevantes en la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. Determinar las necesidades de capacitación en las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. La metodología utilizada fue el diseño no experimental de corte transversal, La población estuvo conformada por los 20 trabajadores y por los 135 clientes de las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz – Huancabamba, Se utilizó una muestra por el total de los 20 trabajadores y 135 clientes de las MYPE del rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba. La técnica que se utilizó para la investigación fue la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario con 13 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: se determinó que la edad está comprendida mayormente entre 36 a 45 años en un 45.0%; se determinó que el Sexo de los trabajadores es equitativo en 50% y 50%, el Grado de instrucción del personal mayoritariamente es estudios secundarios en un 75.0%. Se determina que el Tiempo en años laborando es de 01 a 03 años en un 50.0%. Se determina que las actividades que realizan en la MYPE son atención al público en un 50.0%, se determinó que el personal considera que necesita capacitarse en un 100.0%. En cuanto en que necesita capacitarse los trabajadores señalaron que en calidad de atención en un 55.0%; se determinó que el personal no ha recibido inducción (instrucciones de cómo debe trabajar) cuando ingreso a trabajar en un 80.0%. se determinó que no han recibido algún tipo de capacitación en un 70%. se determinó que el tiempo que no recibe capacitación anual es de un 70.0%. Se determinó que el tipo de capacitación

que recibe es ninguna en un 70.0%. Se determina que evalúan su desempeño en las actividades que realiza en un 95.0%. También que su nivel de desempeño en las funciones encargadas es medio en un 100.0%. Llego a las siguientes conclusiones: Las características en cuanto a la gestión de calidad de la Atención a los clientes del restaurante “La Rinconada” se concluye que la mayoría está totalmente de acuerdo con la aplicación de principios en un 80%, uso de procesos para atender los pedidos con un 63%, brindar información con 51% y servicios post venta con un 51%. La mayoría de los clientes manifiesta un nivel de satisfacción calificado como excelente en función a que la mayoría está totalmente de acuerdo en que recibe un producto adecuado en un 78%, con la resolución de problemas con un 51%, en que el producto está orientado al cliente con un 58%, se cumple con los requisitos del cliente con un 50%, que el producto es de calidad con un 64%, que el cliente experimenta bienestar con un 72% y es cliente fiel al restaurante con un 79%. Sí, existe una relación entre ambas variables, dado que el valor de la prueba chi-cuadrado es 71.058, que es mayor al valor de la tabla estadística que es de 9.490 con un margen de error del 5%. Por lo expuesto existe relación entre las variables atención al cliente y 75 satisfacción al cliente. Así mismo, según lo mostrado en la Tabla N° 20 al mejorar la calidad de atención al cliente mejora el nivel de la satisfacción, donde el 43% de clientes indicaron un nivel de atención y satisfacción excelente.

Villacorta (2019) en su tesis *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines, trujillo 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018, y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro

Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante, urbanización los Jardines, Trujillo 2018. La metodología utilizada fue la siguiente: es no experimental, transversal y descriptivo. La población fue: conformada por 11 empresas de restaurante ubicados en la urbanización los Jardines, Trujillo, 2018. La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 55% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 64% de los representantes de las Mypes encuestadas son de género masculino, el 55% de los representantes encuestados tienen grado de instrucción superior universitario, el 82% encuestadas son dueños, el 45% de los representantes de las Mypes encuestados tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo, el 55% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que la permanencia de la empresa en el mercado es de más de 7 años, el 91% de los empresarios de las Mypes encuestadas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 82% de los representantes de las Mypes encuestadas nos dicen que las personas que trabajan no son familiares, el 100% de los representantes encuestados manifiestan que el motivo de creación de las Mypes es para generar ganancias, el 45% si tienen cierto conocimiento del termino gestión de calidad, el 100% de los representantes de las Mypes encuestadas conocen la atención al cliente, el 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que las dificultades de los trabajadores no se adaptan a los cambios, el 82% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que para medir el rendimiento del personal lo hacen a través de la observación, el 100% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, el 100% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad si permite que la empresa alcance los objetivos y metas de la empresa, el 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el termino atención al cliente, el 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente, el 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente que regrese, el 64% de

los representantes de las Mypes utilizan la comunicación, el 55% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que el principal factor que utilizan en la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de los productos, El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindando una buena atención al cliente, El 73% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que la mala atención se da por una mala organización de los trabajadores, El 36% de los representantes de las Mypes nos dicen que los clientes están satisfechos. Llego a las siguientes conclusiones: Los empresarios si conocen gestión de calidad y atención cliente. La mayoría (55%) tienen 31 a 50 años de edad. La mayoría (55%) de las Mypes permanecen más de 7 años en el mercado. La mayoría simple (45%) conocen el término gestión de calidad

b) Antecedentes locales.

En esta investigación se incluirá, a los antecedentes locales en la cual se tomara en cuenta a todos los trabajo de investigación que fue realizada por otros autores, dentro de la ciudad de Chimbote.

Chávez (2018) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en

el distrito de Chimbote, 2016. La metodología utilizada fue la siguiente: el diseño no experimental – transversal- descriptivo- cuantitativo. La población fue: 6 micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 50,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, El 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen instrucción superior universitaria, El 83,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el cargo de administrador, El 33,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el cargo. El 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 6 a 10 colaboradores, El 66,7% de las micro y pequeñas empresas cuentan con personas familiares trabajando. El 100% de las micro y pequeñas empresas se forman para generar ganancias, El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad. El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la técnica el Benchmarking. El 33,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que las dificultades del personal en la aplicación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas conocen el término atención al cliente. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes El 66,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que atención que brindan es buena El 100,0% de los representantes de las Micro y pequeñas brindan una buena atención al cliente El 100% de los representantes

de las Micro y pequeñas empresas aseguran que son eficientes y dan soluciones a los reclamos de sus clientes El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa. Llego a las siguientes conclusiones: La mitad (50,0%) de los representantes tienen entre 31 a 50 años edad, de género masculino, cuentan con estudios superiores universitarios, siendo su profesión Lic. en administración, son los administradores y llevan en el cargo más de 7 años. La mayoría (66,6%) de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, cuentan con 6 a 10 trabajadores, siendo sus familiares quien trabajan para ellos, así mismo se crearon con la finalidad de generar ganancias La totalidad de los representantes, no conocen el término gestión de calidad, aplican el Benchmarking en su gestión, aseguran que las dificultades en la gestión es que el personal no se adapta a los cambios, miden el rendimiento del personal a través de la observación, aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Por otra parte los representantes conocen el termino atención al cliente, consideran que la atención que brindan es buena, así también son eficientes y dan soluciones a los reclamos de sus clientes, por ultimo consideran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa

Figuroa (2018) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, determinar las principales características de

la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. La metodología utilizada fue la siguiente: El diseño no experimental – transversal- descriptivo. La población fue: La población del estudio está conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, El 62,5% de los representantes son de género masculino, El 62,5% de los representantes tiene grado de instrucción superior universitaria, El 87,5% de los representantes son los dueños, El 50,0% de los representantes tienen en el cargo más de 7 años, El 62,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años, El 50,0% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, 75,0% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando, El 87,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias, 100 % tiene como objetivo maximizar ganancias. Esto demuestra que la mayoría formaron sus negocios para generar ganancias, El 62,5% de los representantes conocen el término Gestión de calidad, El 62,5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión, El 50,0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es el aprendizaje lento, El 75,0% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación El 62,5% de los representantes aseguran que a veces la Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, El 100,0% de los representantes conocen el termino atención al cliente. El 50,0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio son las instalaciones, el 75,0% de los representantes aseguran que siempre aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan, El 50,0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental, El 62,5% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, El 87,5% de los representantes

consideran que la atención que brindan es buena El 100% de los representantes no considera que esta que se está dando una mala atención. El 62.5% de los representantes ha logrado obtener clientes más satisfechos, Llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, La mayoría de las Micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, La mayoría de los representantes conocen el término de gestión de calidad, aplican la técnica de atención al cliente.

Yzaguire (2019) en su tesis *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018, y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018; describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018 y describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. La metodología utilizada fue la siguiente: No Experimental – transversal – descriptivo. La población fue: La población del estudio está conformada por 12 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. El 58.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior

universitario. El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños de los negocios. El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo. El 50% de las micro y pequeñas empresas tiene de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. El 75% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 100% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas no familiares. El 75% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar rentabilidad. El 58.33% de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad. El 58.33% de las micro y pequeñas empresas aplican como técnica de gestión de calidad la atención al cliente. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como dificultad el desconocimiento del puesto. El 50% de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento de su personal con la observación. El 75% de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios. El 66.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si les ayuda a alcanzar sus objetivos y metas. El 91.67% de las micro y pequeñas empresas indican que si conocen el término atención al cliente. El 91.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que si aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan. El 91.67% de las micro y pequeñas empresas indica que la atención al cliente si es fundamental para sus negocios. El 83.33% de las micro y pequeñas empresas aplican una buena atención al cliente. El 41.67% de las micro y pequeñas empresas consideran que dan una mala atención por una mala organización de sus trabajadores. El 58.33% de las micro y pequeñas empresas considera como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, El 91.67% de las micro y pequeñas empresas considera que la empresa es eficiente cuando se atiende los reclamos. El 83.33% de las micro y pequeñas empresas afirman que la atención al cliente les permite el posicionamiento del mercado. Llego a las siguientes conclusiones: La mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen entre 31 a 50 años, están siendo dirigidas por el género masculino, asimismo la mayoría son profesionales universitarios,

dueños de sus propios negocios y tienen entre 4 a 6 años de experiencia. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, cuentan con 4 a 6 años de permanencia en el rubro, a la vez la mayoría absoluta de las Mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores, su objetivo de creación es generar ingresos y la totalidad de las Mypes trabajan con personas no familiares en sus negocios. La mayoría conoce el término gestión de calidad, aplican como técnicas modernas de gestión la atención al cliente, tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, manifiestan que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados, consideran como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, así mismo la mayoría absoluta considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, conocen el término atención al cliente, aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan, la atención al cliente es fundamental, aplican una buena atención al cliente así como la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos, afirman que la atención al cliente permite el posicionamiento del mercado y por último la mayoría relativa considera que dan una mala atención debido a una mala organización de sus trabajadores.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Las Micro y Pequeñas Empresas

Las Micros y Pequeñas Empresas son instituciones u organizaciones económicas formadas por una persona natural o jurídica, de tal motivo que realizan diferentes actividades ya sea en el sector servicio, comercio o industria. Así lo manifiesta el Congreso de la Republica (2003) en la ley 28015 que “es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación o producción, comercialización de bienes o prestación de servicios”.

Esta ley propicia la formalización de aquellos emprendimientos que aún se encuentran en la informalidad, trayendo consigo ciertos beneficios, claro está que la gran mayoría de negocios aún están en la informalidad y esto es un problema para el estado ya que no recibe ninguna declaración tributaria por parte de estos negocios.

Características de la nueva Ley MYPE N° 30056

MEF (2013) “Según la Ley N° 30056 las PYME deben ubicarse en una de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales”, quiere decir que según las ventas deberán clasificarse en cada PYME.

Microempresa, 150 UIT.

Pequeña empresa, desde 150 hasta 1700 UIT.

Mediana empresa, desde 1700 UIT hasta 2300 UIT.

En el incremento del monto máximo de ventas anuales señalada por la Micro y pequeña empresa será determinado por decreto supremo refrendado por el ministro de economía y finanzas cada 2 años y no será menos a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el periodo referido.

Ya cada vez que esta ley se modifique permitirá más beneficios para aquellas empresas que inician labores así puedan escalar en la clasificación inmediatamente, porque a mi parecer hay muchas mypes que por no declarar impuestos se privan de ciertos beneficios al no estar en una clasificación superior.

Importancia de la Micro y Pequeñas Empresas en la Economía del País

Vásquez (2013) En la actualidad las micro y pequeñas empresas son de suma importancia ya que intervienen en gran escala en el crecimiento económico del país, es decir, representan un sector de vital importancia dentro la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,5% si se añaden las pequeñas empresas. Según los datos del Ministerio de Trabajo las Mypes brindan empleo a más del 80% de la población económicamente activa (PEA) y genera cerca del 45% del PBI; constituyen pues el principal motor del desarrollo del Perú. En consecuencia su importancia se base en:

- Proporcionar abundantes puestos de trabajo
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado

Aun siendo cierto que las micro y pequeñas empresas desarrollan una clave estrategia en la reducción de pobreza y la relación de una vida regenerada, existe micro y pequeñas empresas tanto en el sector de la agricultura como del comercio un gran porcentaje de informales, incluso siendo formales vulneran los derechos del personal que trabaja en dichas empresas.

Ventajas y desventajas de Micro y Pequeñas Empresas en el Perú.

Pertenecer a las micro y pequeñas empresas proporciona ciertos beneficios, como también algunas desventajas que a continuación se puntualizará.

Ventajas de las Mypes

Una de las ventajas con las que cuentan los dueños o administradores de las Mypes es la flexibilidad para adaptarse a contextos o situaciones, otra es las decisiones y acciones a nivel interno, así mismo la comulación directa entre sus integrantes, existen canales eficaces, también los procesos ágiles, no existe la burocracia. Y por último otra de las ventajas es el trato directo con los clientes o beneficiarios directos (Izquierdo, 2017)

El autor da a entender que si bien si perteneces a la Mypes no tendrán procesos burocráticos en la realidad es muy diferente y más aún si no tienes conocidos en entidades que requieras hacer documentaciones o trámites, por lo demás me parece que si acierta, agregando también una ventaja a ciertos descuentos en impuestos, además de constantes capacitaciones de parte de entes que ya tienen convenios con esta asociación que son las Mypes.

Desventajas de las Mypes

Una de las desventajas con las que cuentan los directivos o administradores de las compañías, es que las Mypes están limitadas a un mercado reducido, otra de las limitaciones es los pocos recursos humanos y materiales, así mismo las dificultades de financiación, las escasas posibilidades de inversión y expansión y el reconocimiento limitado. (Izquierdo, 2017)

Según el autor al tener estas limitaciones ya nos preparamos para dejar morir a la empresa, salvo a solo sobrevivir como lo hacen tantas empresas informales y solo por desconocimiento no se animan a formalizarse, como bien menciona el autor pertenecer a las Mypes, engloba en un bien común a toda la población.

Gestión

Según Rodríguez (2013) la gestión es una guía para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr los objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.

Así lo precisa el autor y da a razonar que los empresarios deben de contemplar una previa perspectiva de los recursos que necesitara para operar con eficiencia en todo el proceso productivo, haciendo referencia en esta investigación la mayoría de los representantes no hacen previsión de personal para temporadas altas por consiguiente los demás procesos se ven afectados.

Según Ucha (2011) por gestión nos da a entender que es aquel conjunto de acciones que una organización llevan a cabo con la misión de administrar una empresa, un negocio o solucionar un asunto.

Así lo señala el autor de forma sencilla son acciones que se ejecutan para una determinada actividad, claro está para un cierto fin que beneficie a la empresa.

Importancia de la Gestión

Es de mucha importancia porque va a ayudar a reducir la improvisación dentro de los procesos totalmente planificados ya que van a saber en que momento actuar durante situaciones normales de funcionamiento o condiciones óptimas, o por el contrario como debe de actuar una persona ante una desviación de los requisitos establecidos. De la misma manera la gestión de calidad brinda una oportunidad clave, no sólo para planificar los procesos sino, también para establecer mecanismos para el seguimiento y la mejora de los mismos. (Bañeras, 2014)

Bien claro dice el autor es importante para no actuar de manera improvisada y poniendo de ejemplo esta investigación, la totalidad de representantes conocen lo que es gestionar de manera adecuada, pero aun sabiéndolo recurren a improvisar ciertas actividades que conllevan a un proceso final deficiente.

Calidad

Según Pacheco (2017) calidad es como satisfacer, sin limitaciones todas las necesidades del cliente, para lograr ese grado de satisfacción, es esencial que las empresas adopten modelos de gestión orientados a la mejora continua de sus procesos, en conclusión, la calidad total no se limita únicamente a los límites propios de la empresa sino que intentan alcanzar la excelencia y la satisfacción de todos los involucrados en sus negocios, ya sean socios, proveedores, distribuidores, grupos de interés u otras empresas que con el tiempo proporcionen servicios externalizados.

El autor da a entender que por más esmerado servicio que se brinde no va a ser suficiente por lo tanto tiene que orientarse al cliente mejorando a diario ya que es muy poco probable satisfacer absolutamente a los clientes.

Gestión de calidad

Peña (2015) Nos menciona que en la actualidad no existe un producto que no se describa así mismo como de alta calidad porque las organizaciones saben que esta es una especificación que buscan los clientes, en este sentido la calidad no es sólo tener un producto terminado de forma eficiente, lo que hay detrás de todo esto es una gestión de calidad total. Se habla del conjunto de una buena organización en todos los procesos de producción, además de establecer una cultura empresarial de mejora continua.

El autor refiere que los clientes buscan este término como algo común en aquellos productos y servicios, sin embargo no solo se trata del producto en

sí, sino hace referencia en todo los procesos estén en armonía que conlleva a obtener ese producto o servicio.

Saavedra (2018) Afirma que la gestión de calidad total está orientada a crear nuevos conocimientos de calidad en todos los procesos que utilizan las micro y pequeñas empresas que vienen implementado en todos los sectores. Desde la manufactura, educación, el gobierno y las industrias de servicios. Además se le denomina total porque concierne a que las micro y pequeñas empresas globalmente considerada y a las personas que trabajan en ella. La calidad es lo bien hecho del trabajo en las diversas actividades.

Si bien es cierto lo que dice el autor porque el trabajo bien hecho, siempre siendo delegadas y supervisadas por un encargado resulta lo más adecuado, ejemplificando esta investigación a la mayoría de colaboradores se tiene que estar supervisando asiduamente en el trabajo que desempeñan debido a que esos colaboradores es improbable que por iniciativa propia realicen un trabajo de calidad sin ninguna presión por parte de sus jefes.

Principios de la gestión de la calidad

Según Gonzáles (2017) menciona que los principios de la gestión de la calidad en los que sustenta la norma ISO 9001: 2015 son los siguientes:

Enfoque al cliente: El enfoque principal de gestión de la calidad es satisfacer las necesidades del cliente y esforzarse para superar sus expectativas.

Liderazgo: Los líderes de todos los niveles establecen la unidad de propósito y crean las condiciones en que las personas se dedican a la consecución de los objetivos de calidad de la organización.

Compromiso de personas: Contar con personas competentes, capacitadas y comprometidas en todos los niveles a lo largo de la organización resulta un componente esencial para que una organización pueda mejorar su capacidad para crear y ofrecer valor.

Enfoque de procesos: Se logran resultados consistentes y predecibles más eficaces y eficientes, cuando las actividades se entienden y gestionan como procesos interrelacionados que funcionan con un sistema coherente.

Mejora: Las organizaciones exitosas tienen un enfoque continuo en la mejora.

Toma de decisiones basada en evidencia: Son el análisis y evaluación de los datos y la información son más propensos a producir los resultados deseados.

Gestión de las relaciones: Para el éxito sostenido, una organización gestiona sus relaciones con las partes interesadas, como los proveedores o el entorno social cercano.

Como bien lo menciona el autor en sus principios de gestión de calidad es esencial para obtener los objetivos deseados, sin embargo aún en los establecimientos de esta investigación aún tienen solo una vaga idea de lo que implica realmente llevar a cabo la calidad en todos los procesos, así se entienda que conllevará también un presupuesto adicional, pero valdrá la pena.

Importancia de la gestión de la calidad

Es de suma importancia implementar un sistema de gestión de calidad porque ayuda como estrado a desenvolver el interior de la empresa, con un proceso de actividades en lo cual nos encaminaran a lograr las características del producto o servicio con las expectativas de los clientes, siendo adquiridos con frecuencia alcanzando nuestros resultados (De la Cruz, 2016).

A lo que argumenta el autor al respecto con la adquisición frecuente de productos por parte de los clientes tiene mucha razón, si se mantiene la calidad y si aún la empresa se enfoca en las necesidades de los clientes, pues en esta investigación la menoría de establecimientos llegan a fidelizar clientes porque su proceso productivo es estandarizado y eficiente por ello es lo que logran resultados esperados y aun así se mantienen enfocados en la mejora continua.

Atención al cliente

Cliente

Según Nebrera (2010) nos dice que un cliente es toda persona que tenga relación con la empresa. Y existen dos tipos de clientes tanto externos e internos; los externos son, los primeros clientes son los típicos quienes nos compran nuestros productos y los internos son los propios trabajadores de las micro y pequeñas empresas donde trabajan

El autor concluye que el personal que labora son clientes internos y los externos son aquellos clientes que consumen nuestros productos.

Atención al cliente

Según Carrasco (2013) menciona que la atención al cliente y la excelencia en la gestión de este servicio es el elemento diferenciador clave en el contexto de los mercados de hoy en día, cualquier organización debe estar preparada para incrementar el valor del servicio que ofrece a sus clientes. Las principales áreas de gestión del servicio de atención al cliente son:

Implementación en el resto de departamentos de la empresa.

Control y medida de la satisfacción de los clientes.

La atención como valor añadido en las relaciones cliente/empresa

Calidad y excelencia

Fidelización y aumento de la productividad.

En el argumento el autor indica que si uno se enfoca en el valor de la atención al cliente, por consecuencia se obtendrá los resultados esperados cabe precisar en esta investigación la mayoría de establecimientos no orientan una relación más cercana con sus clientes, solo tratan de obtener los máximos ingresos posibles sin darse cuenta que mientras más satisfecho resulte el cliente con el servicio, éste hasta puede recomendar el negocio aparte de ser un cliente continuo.

Principios de Atención al cliente

Según Soto (2013) define que la atención al cliente es básica, por eso recomienda 05 principios básicos de la atención al cliente.

El cliente es lo más importante: El cliente es quien compra y quien da beneficios a la empresa, por lo que hay que tener en cuenta sus voluntades y deseos.

El cliente siempre tiene la razón: Es una frase que lleva mucho tiempo utilizándose y que prima en muchas empresas, pero ¿Qué pasa si no la tiene? Hay que dar la razón al cliente sin quitársela a la empresa, de manera que se debe conseguir una solución que beneficie a ambas partes. Si el cliente quiere algo hay que buscar la manera de ofrecérselo, si hay reclamaciones de los clientes hay que ofrecer las mejores soluciones.

Marcar la diferencia: No basta con ofrecer una buena atención al cliente sino con ser diferente, ofrecer algo más de lo que busca el cliente, saber lo que quiere y ofrecérselo de una manera que ninguna otra empresa hará.

La satisfacción del cliente por encima de todo: la satisfacción del cliente es un arma de doble filo, ya que un cliente satisfecho puede traer más clientes a la empresa mientras que un cliente insatisfecho pueden ser muchos clientes perdidos. Si se favorece la satisfacción de cliente, en ocasiones perdiendo o no perdiendo se pueden conseguir nuevos clientes que hagan ganar a la empresa.

Ofrecer una buena calidad de atención al cliente: Se debe seguir los principios básicos de la atención al cliente, de manera que un cliente debe sentir que tiene una buena atención. Se debe saludar cordialmente, buscar conocer las necesidades del cliente, ayudarlo siempre que lo necesite, no hostigarle, ofrecerle recomendaciones si las pide, hacer sentir bien al cliente y hacer sentir que la está atendiendo de la mejor manera.

Estos son los principios que el autor recomienda aplicarlos si se desea tener buenos resultados en tal caso en esta investigación ciertos dueños de los establecimientos comentaron que es muy difícil atender a un cliente necio o problemático, aun así se tiene que tener en cuenta estos principios.

Importancia de Atención al cliente

Según Branson (2017) si únicamente se implementa en la empresa metas, considerando a los clientes, solo se estará cubriendo pequeñas cosas, pero si la empresa visualiza apoyo y crecimiento de las personas, prosperará y los consumidores regresarán una y otra vez.

El autor da a entender que el buena atención se refleja en como la empresa trata a sus colaboradores, por tanto si éstos estas motivados, su desempeño se reflejara en el valor del servicio y también servirá como una de las mejores publicidades dado que recomendara el servicio.

Beneficio de Atención al cliente

Según Fernández (2016) nos dice que brindar una atención de calidad beneficia a la empresa de la siguiente manera:

En primer lugar, fidelidad y lealtad frente a una marca que responde a sus clientes con productos y servicios de calidad.

Comercialización cruzada, ya que la gran experiencia de un cliente significa que se abre la puerta a la venta de diferentes productos o servicios.

Referencias, lo hablado genera una publicidad maravillosa y gratuita para las empresas que brindan un servicio honesto y un enfoque a sus clientes.

Mejora de la productividad, la motivación y el entorno del trabajo por ende un efecto en el incremento de las ventas e incremento de la rentabilidad.

Cabe precisar que lo mencionado por el autor se cumplirá si verdaderamente se aplica en todas las organizaciones sin excepción.

2.3 Marco Conceptual

MyPES del rubro pollería

Las Mypes del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, están funcionando por más de 30 años, siendo estas gestionadas por los empresarios que han logrado permanecer y obtener gran experiencia en el rubro.

Este modelo de empresa está establecido por la adquisición de diferentes insumos que tiene el pollo a la brasa, tales como: el pollo, la papa, ensaladas, salsas, etc. Estas Micro y pequeñas empresas, se centran mucho en el área de compras, debido a que tienen que adquirir insumos de calidad de tal modo ofrecer un producto que supere la expectativa del cliente, así mismo satisfaga al cliente, todo lo anterior dándole un valor agregado y una buena atención finalmente logren un posicionamiento en el mercado.

Productos

Pollo a la brasa, parrillas, anticuchos, y otros platos en diferentes especialidades, aperitivos (porción papas fritas y ensalada), ensaladas (mixta y clásica), refrescos (limonada, chichas, cebada, etc); gaseosas y agua mineral.

Servicios

Servicios de Delivery (repartición a domicilio), las recreaciones infantiles, pues lo hacen con escasa regularidad dependiendo si es grande la pollería; es decir; ya está posicionada en el mercado, de lo contrario existen pollerías que no cuentan con ningún servicio adicional.

Clientes

Se ha identificado los siguientes segmentos de clientes: Las familias de la clase A, B, C y los turistas que en relativamente son en menor porcentaje.

Gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del rubro pollerías

Estas MyPES están pasando por un momento crítico, en cuanto al reclutamiento de personal, ya que el talento humano es muy importante y si no está debidamente inducido o capacitado, brindará un servicio inadecuado; es por todo esto que no están gestionando la calidad en la atención al cliente, es por ello que algunas de estas pollerías vienen siendo afectadas económicamente y por ende en la pérdida de clientes.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación tipo descriptiva, ya que sólo se va a conocer las costumbres, situaciones y actitudes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos y las relaciones que existe entre las variables.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la de investigación

Para el trabajo de investigación se utilizó el diseño No Experimental – transversal – descriptivo.

Fue No experimental, porque se realizó sin manipular la variable gestión de calidad, a la vez se describió tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad y sin sufrir modificaciones dentro de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito Nuevo Chimbote, 2018.

Fue Transversal, porque el estudio se realizó en el año 2018 - 2020, en un espacio de tiempo determinado, donde tuvo inicio y fin.

Fue descriptivo, porque el estudio describió las primordiales características de la variable de gestión de calidad en atención al cliente.

4.2 Población y muestra

Población

Población

El presente estudio se realizó con una población de 22 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito Nuevo Chimbote, 2018.

Muestra

La muestra se obtuvo mediante una población muestral de 20 micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito Nuevo Chimbote, 2018. Se trabajó con esta población ya que estos representantes proporcionaron la información que se les solicitó.

4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes y/o administrador	Ucha (2013) Será quien ejerza la función de administrar una determinada cuestión, un bien un conjunto de bienes, una empresa, un negocio, entre otras alternativas, que generalmente constituyen intereses que son propiedad de otros individuos.	Edad	- 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años	Razón
		Género	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de instrucción.	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitario - Superior universitario	Nominal
		Cargo que desempeña.	- Dueños - Administradores	Nominal
		Tiempo en el cargo.	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micros y pequeñas empresas.	Congreso de la Republica (2013) en la ley 28015 es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación o producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Permanencia en el rubro.	- 0 a 3 años - 0 a 6 a más años - 7 a más trabajadores	Razón
		N° de trabajadores.	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Razón
		Personas que trabajan	- Familiares - Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación.	- Generar ganancias - Subsistencia	Nominal

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad en atención al cliente.	Peña, (2017), nos menciona que en la actualidad no existe un producto que no se describa así mismo como de alta calidad porque las organizaciones saben que esta es una especificación que buscan los clientes, en este sentido la calidad no es sólo tener un producto terminado de forma eficiente, lo que hay detrás de todo esto es una gestión de calidad total. Se habla del conjunto de una buena organización en todos los procesos de producción, además de establecer una cultura empresarial de mejora continua.	Término gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Técnica moderna de gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Atención al cliente - Empowerment - Las 5S - Outsourcing - Otros 	Nominal
		Dificultad del personal	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Nominal
		Técnica para medir el rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - Escala de puntuación - Evaluación de 360° - Otros 	Nominal
		Término atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Aplicación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Herramientas de un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Confianza - Retroalimentación - Todas 	Nominal

<p>Según Carrasco (2013) menciona que la atención al cliente y la excelencia en la gestión de este servicio es el elemento diferenciador clave en el contexto de los mercados de hoy en día, cualquier organización debe estar preparada para incrementar el valor del servicio que ofrece a sus clientes.</p>	Factor de calidad en el servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada - Rapidez - Instalaciones 	Nominal
	La atención que brinda	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
	Dan una mala atención a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> - No se tiene suficiente personal - Por una mala organización de los trabajadores - Si brindan un buena atención al cliente - No se resisten al cambio 	Nominal
	Resultados obtenidos	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes satisfechos - Fidelización de los clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento de las ventas 	Nominal

4.4 Técnicas de instrumentos

En este estudio de investigación se utilizó la técnica de la encuesta, dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

El instrumento que se utilizó para el desarrollo de esta investigación fue un cuestionario, en ellas tenemos 23 preguntas cerradas y de intervalos, estructurados en 3 partes, de las cuales 5 está dirigido a los representantes, 4 siguientes dirigidas a las micro y pequeñas empresas, y 14 preguntas de gestión de calidad y a la técnica administrativa que es la variable atención al cliente.

4.5 Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se usó el análisis descriptivo de las variables en estudio, se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como figuras estadísticas. Para la elaboración del presente trabajo se utilizó los siguientes programas:

Microsoft Word: porque a través de este programa pude realizar la estructura y redacción digital de la investigación, así como la elaboración de las encuestas a través de sus aplicativos, también se verificó cada avance o mejora la cual se fue gravando constantemente.

Microsoft Excel: porque a través de este programa pude elaborar las tabulaciones, diseño de las figuras ingresando los datos obtenidos en la encuesta.

Nitro Pro 9: ya que permitió descargar archivos digitales de la biblioteca y convertir la redacción digital de Microsoft Word a PDF, para así ser más fácil la lectura y poder enviar los trabajos.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Variable	Población	Método y Diseño	Instrumento y procesamiento
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018?</p>	<p>GENERAL: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Específicos:</p> <p>Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Conocer las características de las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Detallar las características de la gestión de calidad en atención en cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p> <p>Elaborar y proponer un plan de mejora de la gestión de calidad en atención en cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.</p>	<p>Gestión de calidad en atención al cliente</p>	<p>La población está constituida por 22 micro y pequeñas empresas, y la muestra es de 20 micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro pollerías zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018. La cual se obtuvo de la técnica del sondeo</p>	<p>Diseño: Fue no experimental-transversal descriptivo.</p> <p>No experimental porque se utilizó sin manipular deliberadamente las variables.</p> <p>Transversal por que el estudio se realizó en tiempo determinado cuyo inicio fue en el año 2018 y concluyo en el año 2020.</p> <p>Fue descriptivo porque el estudio describió las principales características de las variables de gestión de calidad en atención al cliente.</p>	<p>Técnica: Se utilizó el instrumento del cuestionario como técnica.</p> <p>Plan de análisis. Se hizo uso del análisis descriptivo, para la tabulación de datos, se utilizó el programa Excel, Word para la redacción digital y Nitro Pro 9 para leer los archivos digitales.</p>

4.7 Principios éticos

Para este estudio de investigación se ejecutó bajo el conocimiento y uso los protocolos y políticas estipulados en el código de ética de la universidad, y haciendo uso de los siguientes principios éticos.

Principios de confiabilidad, todo los datos e información se recopiló fueron verdaderos, obtenidos de un estudio implacable hechos a las micro y pequeñas empresas.

Principio de Respeto, este trabajo se hizo total transparente, respetando la dignidad de las personas sin afectar en ningún momento su integridad y por el contrario involucrado en esta investigación de proyecto.

Principios de confidencialidad, la información que los representantes de las micro y pequeñas empresas nos brindaron y fueron guardadas con la finalidad de no perjudicar ni dañar la integridad de la organización.

Justicia, porque el trabajo de investigación se realizó bajo el cumplimiento de las normas y reglamento de la universidad, haciendo uso de las buenas prácticas académicas teniendo en cuenta el trabajo equitativo con las personas que participaron en el proceso de investigación.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Datos Generales	n	%
Edad del representante		
18 a 30 años	9	45.00
31 a 50 años	8	40.00
51 a más años	3	15.00
Total	20	100.00
Genero del representante		
Masculino	10	50.00
Femenino	10	50.00
Total	20	100.00
Grado de Instrucción del representante		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	6	30.00
Superior no universitaria	4	20.00
Superior universitaria	10	50.00
Total	20	100.00
Cargo del representante		
Dueño	6	30.00
Administrador	14	70.00
Total	20	100.00
Tiempo en el cargo del representante		
0 a 3 años	15	75.00
4 a 6 años	1	5.00
7 a más años	4	20.00
Total	20	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

De la Empresa	n	%
Permanencia de la empresa		
0 a 3 años	13	65.00
4 a 6 años	4	20.00
7 a más años	3	15.00
Total	20	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	50.00
6 a 10 trabajadores	8	40.00
11 a más trabajadores	2	10.00
Total	20	100.00
Las personas que trabajan en su empresa		
Familiares	0	0.00
Personas no familiares	20	100.00
Total	20	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	18	90.00
Subsistencia	2	10.00
Total	20	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Gestión de Calidad en Atención al Cliente	n	%
Termino Gestión de Calidad		
Si	14	70.00
Tengo cierto conocimiento	5	25.00
No	1	5.00
Total	20	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad		
Benchmarking	2	10.00
Atención al cliente	17	85.00
Empowerment	0	0.00
Las 5's	1	5.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	20	100.00
trabajadores que impiden la ejecución de gestión de calidad		
Poca iniciativa	4	20.00
Aprendizaje lento	5	25.00
No se adapta a los cambios	8	40.00
Desconocimiento del puesto	1	5.00
Otros	2	10.00
Total	20	100.00
Medición del rendimiento del personal		
La observación	8	40.00
La evaluación	11	55.00
Escala de puntuaciones	1	5.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	20	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Gestión de Calidad en Atención al Cliente	n	%
Gestión de la Calidad mejora el rendimiento		
Si	20	100.00
No	0	0.00
Total	20	100.00
Gestión de la Calidad ayuda a alcanzar los objetivos		
Si	19	95.00
No	1	5.00
A veces	0	0.00
Total	20	100.00
Termino Atención al Cliente		
Si	18	90.00
No	2	10.00
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
Total	20	100.00
la gestión de calidad en el servicio que brinda		
Si	18	90.00
No	2	10.00
A veces	0	0.00
Total	20	100.00
Atención al cliente es fundamental		
Si	20	100.00
No	0	0.00
Total	20	100.00
Herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	12	60.00
Confianza	5	25.00
Retroalimentación	3	15.00
Ninguno	0	0.00
Total	20	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

	<i>Concluye.</i>	
Gestión de Calidad en Atención al Cliente	n	%
Factor de la calidad en el servicio que brinda		
Atención personalizada	12	60.00
Rapidez en la entrega de los productos	8	40.00
Las instalaciones	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	20	100.00
La atención que brinda a los clientes		
Buena	16	80.00
Regular	4	20.00
Mala	0	0.00
Total	20	100.00
Dan mala atención al cliente		
No se tiene suficiente personal	2	10.00
Por una mala organización de los trabajadores	5	25.00
Si brindan una buena atención al cliente	13	65.00
Total	20	100.00
Resultados logrados		
Clientes satisfechos	10	50.00
Fidelización de los clientes	4	20.00
Posicionamiento de la empresa	1	5.00
Incremento en las ventas	5	25.00
Total	20	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Tabla 4

Descripción y caracterización del plan de mejora para las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Problema	Causa	Solución	Responsable
El 40% no se adaptan a los cambios	Esto se da porque no están debidamente capacitados, demostrando la inadaptabilidad en los cambios para poder implementar una gestión de calidad	Capacitar al personal en temas de gestión de calidad.	Representante de la pollería.
El 55% usan como técnica de rendimiento la evaluación	Se da porque no existe una inducción de sus funciones y los resultados son ineficientes.	Adiestrar detalladamente las funciones a realizar	Representante de la pollería.
El 40% es la rapidez de entrega de productos del factor de calidad	No existe personal suficiente	Prever de personal capacitado para temporadas altas.	Representante de la pollería.
El 15% utilizan la herramienta de la retroalimentación	Rotan funciones o designan más funciones a un solo personal	Delegar funciones específicas.	Representante de la pollería.
El 25% da mala atención al cliente por la mala organización del personal	No hay charlas motivacionales sobre sus funciones antes de empezar las labores.	Insistir, motivar diariamente acerca de la gestión de calidad en atención al cliente, con 15min previos a empezar las labores.	Representante de la pollería.
El 5% logra el posicionamiento de su pollería.	Poca publicidad realizada	Hacer encuestas internas entre sus comensales para detectar las fallas y mejorarlas, además de publicitar masivamente por las redes sociales.	Representante de la pollería.

Fuente. Plan de mejora propuesto elaborado por el investigador.

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1:

Características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Edad del Representante: El 45% tienen de 18 a 31 años de edad, estos resultados contrastan con lo encontrado por Yzaguirre (2019) quien manifestó que el 75% tienen de 31 a 50 años, así mismo contrasta con los resultados encontrados por Figueroa (2018) que determinó que el 50% tienen de 31 a 50 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas jóvenes que por lo general desempeñan el cargo de administrador.

Genero del Representante: El 50% son del género femenino, estos resultados coinciden con lo encontrado por García (2015) quien manifestó que el 50% son del género femenino, pero contrasta con los resultados encontrados por Yzaguirre (2019) que determinó que el 25% son del género femenino. Esto indica que hay igualdad en el género de los representantes de las micro y pequeñas empresas razón porque hoy en día ambos son competitivos en cualquier área donde se desempeñan.

Grado de instrucción del representante: El 50% tienen el grado de instrucción superior universitaria, estos resultados coinciden con lo encontrado por Chávez (2018) quien manifestó que el 50% tienen el grado de instrucción universitaria superior, pero contrasta con los resultados encontrados por García (2015) que determinó que el 75% tienen el grado de instrucción secundaria. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas con estudios superiores universitarios por lo general que ahora hay más facilidades para estudiar.

Cargo que desempeña el representante: El 70% desempeña el cargo de administrador, estos resultados coinciden con lo encontrado por Chávez (2018) quien manifestó que el 83.30% desempeñan el cargo de administrador, pero contrasta con los resultados encontrados por Yzaguirre (2019) que determino que el 66.67% desempeñan el cargo de dueños. Esto demuestra que la mayoría de los representantes son administradores, jóvenes que por lo general tienen estudios idóneos y son más eficientes al tomar decisiones y ejecutar procesos forjando mejores resultados.

Tiempo que desempeña en el cargo: El 75% tienen desempeñando el cargo entre 0 a 3 años, estos resultados coinciden con lo encontrado por García (2015) quien manifestó que el 95% tienen desempeñando en el cargo entre 0 a 3 años, pero contrasta con los resultados encontrados por Figueroa (2018) que determino que el 50% tienen desempeñando en el cargo entre 7 a más años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeñan el cargo entre 0 a 3 años debido a que son contratados recientemente por lo que antes las mypes no obtenían mejores resultados, pues ahora mejoran constantemente.

Tabla 2:

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 65% permanecen en el rubro de entre 0 a 3 años, estos resultados coinciden con lo encontrado por Antúnez (2017) que determino que el 68.20% permanecen en el rubro de entre 0 a 3 años, pero contrasta con los resultados encontrados por Figueroa (2018) que determino que el 62.50% permanecen en el rubro de entre 7 a más años. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas permanecen en el rubro de entre 0 a 3 años, los representantes optaron por indicar el mismo tiempo que ocupan en el cargo debido a que no sabían la respuesta exacta.

Número de trabajadores: El 50% tienen de 1 a 5 trabajadores, estos resultados coinciden con lo encontrado por Yzaguirre (2019) quien manifestó que el 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, pero contrasta con los resultados encontrados por Figueroa (2018) que determinó que el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores. Esto explica que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen laborando de 1 a 5 trabajadores debido a que son pollerías pequeñas en crecimiento.

Las personas que trabajan en su empresa son: El 100% tienen laborando a personas no familiares, estos resultados coinciden con lo encontrado por Yzaguirre (2019) quien manifestó que el 100% tienen laborando a personas no familiares, pero contrasta con los resultados encontrados por Chávez (2018) que determinó que el 66.67% tienen laborando a personas familiares. Esto revela que la totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen laborando a personas no familiares debido a que los resultados son más competitivos y es más fácil prescindir del vínculo laboral.

Objetivo de creación: El 90% tienen como objetivo generar ganancia, estos resultados coinciden con lo encontrado por Yzaguirre (2019) quien manifestó que el 75% tienen como objetivo generar ganancia, así mismo coincide con los resultados encontrados por Figueroa (2018) que determinó que el 87.50% tienen como objetivo generar ganancia. Esto explica que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo lucrar por un servicio o bien que se ofrezca.

Tabla 3:

Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

Conoce el termino Gestión de Calidad: El 70% si tienen conocimiento del termino gestión de calidad, estos resultados coinciden con lo encontrado por Yzaguirre (2019) quien manifestó que el 58.33% si tienen conocimiento del termino gestión de calidad, pero contrasta con los resultados encontrados por Chávez (2018) que determino que el 100% no tienen conocimiento del termino gestión de calidad. Esto explica que la mayoría los administradores de las pollerías si tienen conocimiento del término gestión de calidad lo cual hace que su desempeño se refleje en sus resultados, debido a que la gran mayoría de empresas no dura ni 2 años en el mercado tan competitivo como es hoy en día.

Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce: El 85% aplican la técnica moderna de gestión de calidad en atención al cliente, estos resultados coinciden con lo encontrado por Figueroa (2018) quien manifestó que el 62.50% aplican la técnica moderna de gestión de calidad en atención al cliente, pero contrasta con los resultados encontrados por Antúnez (2017) que determino que el 40.90% aplican la técnica moderna de gestión de calidad en mejora continua. Esto explica que la mayoría de los administradores de las pollerías aplican la técnica moderna de gestión de calidad en atención al cliente por lo cual se preocupan más en atender al cliente cumpliendo procesos de calidad y el esmero por parte del personal.

Que dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad: El 40% tienen dificultad en que los trabajadores no se adaptan a los cambios, estos resultados coinciden con lo encontrado por Villacorta (2019) quien manifestó que el 82% tienen dificultad en que los trabajadores no se adaptan a los cambios, pero contrasta con los resultados encontrados por Yzaguirre (2019) que determino que el 50% tienen dificultad en que los trabajadores desconocen el puesto de trabajo. Esto afirman los administradores de las pollerías que tienen dificultad en que los trabajadores no se adaptan a los cambios debido a la mayor responsabilidad que se les atribuye, a la vez que el personal contratado no es el idóneo.

Que técnicas para medir el rendimiento personal conoce: El 55% miden el rendimiento del personal mediante la técnica de la evaluación, estos resultados contrastan con lo encontrado por Villacorta (2019) quien manifestó que el 82% miden el rendimiento del personal mediante la técnica de la observación, así mismo contrasta con los resultados encontrados por Yzaguirre (2019) que determino que el 50% miden el rendimiento del personal mediante la técnica de la observación. Esto fundamenta que la mayoría de los administradores de las pollerías miden el rendimiento del personal mediante la técnica de la evaluación lo cual es más práctico de realizarlo pero en sí está mal porque debería de haber una inducción y capacitación previamente; es por eso que es más difícil corregir los errores al instante y por tanto existe una mala atención.

La Gestión de la Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: El 100% indican que la gestión de calidad si mejora el rendimiento de sus negocios, estos resultados coinciden con lo encontrado por Villacorta (2019) quien manifestó que el 100% indican que la gestión de calidad si mejora el rendimiento de sus negocios, así mismo coincide con los resultados encontrados por Yzaguirre (2019) que determino que el 75% indican que la gestión de calidad si mejora el rendimiento de sus negocios. Esto fundamenta que todos administradores de las pollerías indican que la gestión de calidad si mejora el rendimiento de sus negocios, pues es de suma importancia si desean permanecer y crecer en el rubro de las pollerías, claro está, mantenerse en constate cambio.

La Gestión de la Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa: El 95% indican que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas, estos resultados coinciden con lo encontrado por Villacorta (2019) quien manifestó que el 100% indican que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas, así mismo coincide con los resultados encontrados por Yzaguirre (2019) que determino que el 66.67% indican que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas. Esto indica que la mayoría de los administradores de las pollerías indican que la gestión de

calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas, debido a que si siguen los objetivos planteados mejoraran significativamente los resultados anteriores.

Conoce el termino atención al cliente: El 90% revelan que si conocen el termino de atención al cliente, estos resultados coinciden con lo encontrado por Villacorta (2019) quien manifestó que el 64% revelan que si conocen el termino de atención al cliente, así mismo coincide con los resultados encontrados por Yzaguirre (2019) que determino que el 91.67% revelan que si conocen el termino de atención al cliente. Esto indica que la mayoría los administradores de las pollerías revelan que si conocen el término de atención al cliente, es por eso que se esmeran por satisfacer las necesidades de sus clientes.

Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes: El 90% manifiestan que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan, estos resultados coinciden con lo encontrado por Villacorta (2019) quien manifestó que el 100% manifiestan que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan, así mismo coincide con los resultados encontrados por Yzaguirre (2019) que determino que el 91.67% manifiestan que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan. Esto indica que la mayoría de los administradores de las pollerías manifiestan que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan, esto se refleja en los clientes fidelizados y al incremento de sus ventas permitiéndoles a algunos inaugurar sucursales.

Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento: El 100% indican que si es fundamental la atención al cliente para que éste regrese al establecimiento, estos resultados coinciden con lo encontrado por Villacorta (2019) quien manifestó que el 100% indican que si es fundamental la atención al cliente para que éste regrese al establecimiento, así mismo coincide con los resultados encontrados por Yzaguirre (2019) que determino que el 91.67% indican que si es fundamental la atención al cliente para que éste regrese al establecimiento. Esto demuestra que todos los administradores de las pollerías indican que si es fundamental la atención al

cliente para que éste regrese al establecimiento, pues lo tienen claro, que si atienden al cliente esmeradamente los fidelizarán, de tal manera la empresa consiga los resultados planeados.

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad: El 60% utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, estos resultados coinciden con lo encontrado por Villacorta (2019) quien manifestó que el 64% utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, pero contrasta con los resultados encontrados por Figueroa (2018) que determino que el 62.50% utilizan la confianza como herramienta para un servicio de calidad. Esto explica que la mayoría los administradores de las pollerías utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, pues si se comunican constantemente logran entenderse de manera rápida, así mejorar errores que se puedan cometer y lograr un excelente servicio.

Principales factores que para la calidad al servicio que brinda: El 60% aseguran como principal factor de calidad al servicio que brinda a la atención personalizada, pero contrasta con estos resultados por Villacorta (2019) quien manifestó que el 55% aseguran como principal factor de calidad al servicio que brinda a la rapidez en la entrega de sus productos, así mismo contrasta con los resultados encontrados por Figueroa (2018) que determino que el 50% aseguran como principal factor de calidad al servicio que brinda a las instalaciones del local. Esto explica que la mayoría de los administradores de las pollerías aseguran como principal factor de calidad al servicio que brinda a la atención personalizada, porque si estas atento a los exigencias del cliente, éste valorará el esmero recibido y lo hará saber a más personas, obteniendo así potenciales clientes.

La atención que brinda a los clientes es: El 80% indican que la atención que brindan a los clientes es buena, estos resultados coinciden con lo encontrado por Villacorta (2019) quien manifestó que el 82% indican que la atención que brindan a los clientes es buena, así mismo coincide con los resultados

encontrados por Figueroa (2018) que determino que el 87.50% indican que la atención que brindan a los clientes es buena. Esto explica que la mayoría de los administradores de las pollerías indican que la atención que brindan a los clientes es buena, esto se refleja en el incremento de las ventas y por las buenas referencias que tienen los clientes de la pollería.

Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente: El 65% indican que si están dando una buena atención al cliente, estos resultados coinciden con lo encontrado por Chávez (2018) quien manifestó que el 100% indican que si están dando una buena atención al cliente, pero contrasta con los resultados encontrados por Villacorta (2019) que determino que el 73% indican que están dando una mala atención al cliente por una mala organización de los trabajadores. Esto revela que la mayoría de los administradores de las pollerías indican que si están dando una buena atención al cliente, debido a que las quejas son mínimas y que cada vez atraen nuevos clientes.

Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente: El 50% indican que el resultado logrado por una buena atención al cliente son clientes satisfechos, estos resultados coinciden con lo encontrado por Figueroa (2018) quien manifestó que el 62.50% indican que el resultado logrado por una buena atención al cliente son clientes satisfechos, así mismo coincide con los resultados encontrados por Villacorta (2019) que determino que el 36% indican que el resultado logrado por una buena atención al cliente son clientes satisfechos. Esto revela que la mayoría de los administradores de las pollerías manifiestan que el resultado logrado por una buena atención al cliente son clientes satisfechos, por lo que si se tiene al cliente satisfecho, muy aparte de que se fidelizará con la empresa, éste hará promoción gratuitamente, de tal manera lograr los objetivos deseados.

5.3 Plan de mejora

1. Datos Generales

- Nombre o razón social: Pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote.
- Giro de la empresa: Servicio – Venta de pollos a la brasa.
- Dirección: Zona Céntrica del Distrito de Nuevo Chimbote – Perú.
- Nombre del representante: Dueños de las pollerías.
- Historia:

Las pollerías de Chimbote, son conocidos como aquellos negocios, que brindan como producto principal el pollo a la brasa, y unas que otras pollerías varían su oferta tales como parrillas, anticuchos, etc, además de ofrecer guarniciones, bebidas sean gaseosas o refrescos y jugos. Tienden a cumplir un papel muy importante, debido a que su existencia satisface las necesidades de alimentación de los comensales en Chimbote, por ello, mayormente se encuentran en zonas céntricas, claro está por la afluencia de potenciales clientes.

2. Misión.

Brindar a los clientes productos de calidad, ejecutando una excelente atención personalizada, trabajando con honestidad y eficiencia. Y que sientan una experiencia placentera e inolvidable en nuestras instalaciones.

3. Visión

Ser una empresa líder en base a la calidad de sus productos y la atención personalizada, además de contribuir con la salud y bienestar de los clientes.

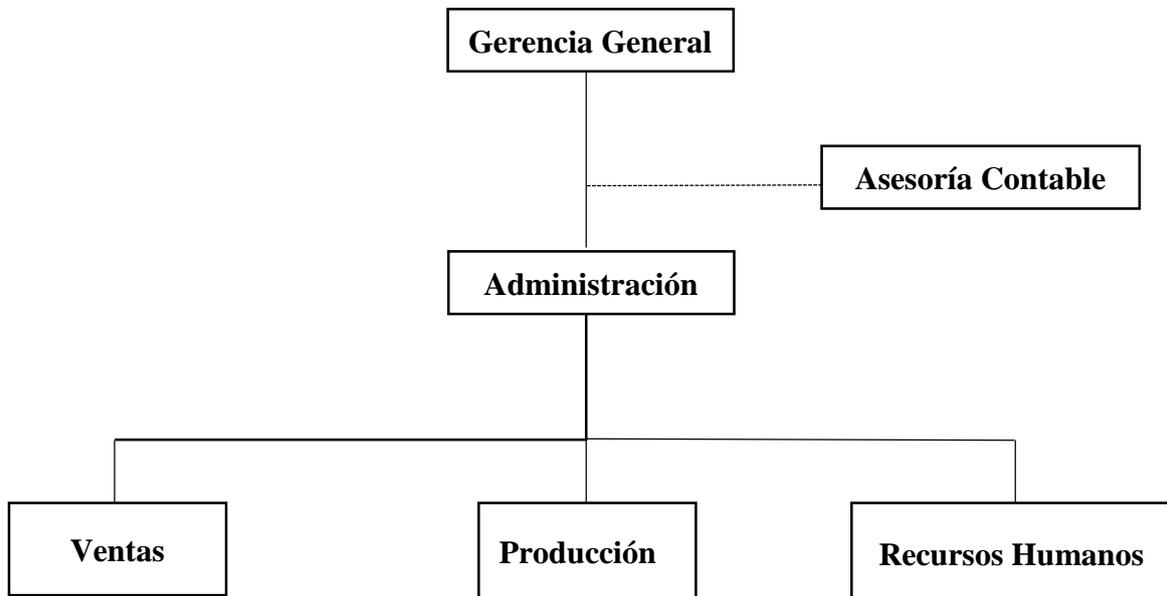
4. Objetivos

- Posicionarnos por los consumidores como la mejor pollería del rubro.
- Cumplir con la adecuada atención al cliente y brindando productos que cumplan con las normas básicas de calidad, a su vez cuidar su salud.
- Mantener una buena relación con los empleados, proveedores y clientes, para la mejora continua.

5. Productos y/o servicio.

Pollos a la brasa, carnes de res y pollo en diferentes especialidades, guarniciones, ensaladas, jugos, limonadas, chichas, bebidas envasadas como las gaseosas y agua mineral. Servicios de Delivery (reparto a domicilio), los juegos para niños y demás servicios u ofertas que pueden brindar las empresas lo hacen con poca regularidad dependiendo de la situación del mercado.

6. Organigrama



6.1 Descripciones de funciones

Cargo	Gerencia General
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Licenciado en administración de empresas o carreras afines. ➤ Tener experiencia mínimo 3 años en el rubro.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cumplir con los objetivos y metas llevando a cabo los procesos administrativos, así asegurar el crecimiento y la consolidación de la pollería y verificando el desempeño de los colaboradores. ➤ Adquirir financiación si se requiere para la posterior decisión de inversión.
Cargo	Asesoría Contable
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudios universitarios y/o técnicos en carreras contables y afines. ➤ Experiencia mínima 1 año desempeñando el cargo. ➤
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Examinar, controlar los estados financieros de la pollería, ya sean los gastos e ingresos, como los pagos y cobros pendientes de la empresa.
Cargo	Administración
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Licenciado o Bachiller en administración de empresas o carreras afines. ➤ Tener experiencia mínima 1 año desempeñando el cargo.
Función	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ejecutar y controlar las diferentes actividades y acciones que se realiza en diferentes áreas de la pollería. ➤ Elaborar presupuestos de costos y proyecciones de ventas y mantener a línea gastos insuficientes. ➤ Declaración de impuestos y pagos a entidades financieras.
Cargo	Ventas

Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudios universitarios en administración de empresas o afines. ➤ Conocimiento acerca del arte de un buen servicio al cliente.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Publicitar y promocionar los productos a ofrecer de la forma más conveniente para la pollería, de tal forma sea lo más sugestivo para los potenciales clientes. ❖ Mantener ordenado y limpio el salón de la pollería y mantener un proceso de atención al cliente específico, todo con la ayuda de los mozos. ❖ Entrenar y capacitar constantemente a los mozos para una excelente atención al cliente. ❖ Entrenar y capacitar al personal encargado de la cobranza por los productos ofrecidos, proporcionar comprobantes de pago, apertura y cierre de caja
Cargo	Producción
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tener estudios universitarios y/o técnicos de cocina. ➤ Tener experiencia mínima de un año en el área de trabajo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Seleccionar correctamente a los proveedores, conocer las necesidades de la pollería y llevar un control de las compras y abastecerse de insumos prioritarios. ➤ Mantener un eficiente proceso del producto y verificar la calidad del producto final.
Cargo	Recursos Humanos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Estudios universitarios y/o técnicos. ➤ Experiencia mínima un año en el área
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reclutar, seleccionar y contratar al personal, además controlar los deberes y derechos del colaborador. ➤ Encargarse de la nómina y que exista un buen clima laboral.

7. Diagnostico General

	<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
	F1. Ubicación F2. Productos diferenciados	D1. Personal no calificado D2. Baja calidad del producto
<u>OPORTUNIDADES</u>		
O1. La competencia	Decorar e iluminar el local para ofrecer un ambiente agradable como complemento al servicio de atención al cliente. (F1:O1)	Reclutar, seleccionar y motivar al personal para que este sea eficiente y sea éste el valor agregado. (D1:O1)
O2. Crecimiento poblacional	Añadir valor agregado a los productos así mismo en la atención a los clientes; enfocarse en sus clientes potenciales. (F2:O2)	Orientar el proceso de producción a la mejora continua también en el servicio de atención al cliente. (D1:D2:O2)
O3. Tecnologías	Utilizar la tecnología para dar a conocer nuestro servicio de calidad. (F2:O3)	Capacitar al personal para el uso adecuado de la tecnología. (D1:O3)
<u>AMENAZAS</u>		
A1. Incremento de precios en materias primas	Mantener el precio final igual y seguir innovando en la diferenciación de productos añadiendo valor en el servicio al cliente. (F1:F2:A1)	Instruir al personal para el uso correcto de los protocolos dados por el gobierno ante el Covid19. (D1:A3)
A2. Desastres Naturales		
A3. Pandemias	Mantener señaladas las salidas en un eventual desastre natural (F1:A2)	Capacitar al personal para situaciones ante cualquier desastre natural. (D1:A2)

8. Indicadores de una buena Gestión

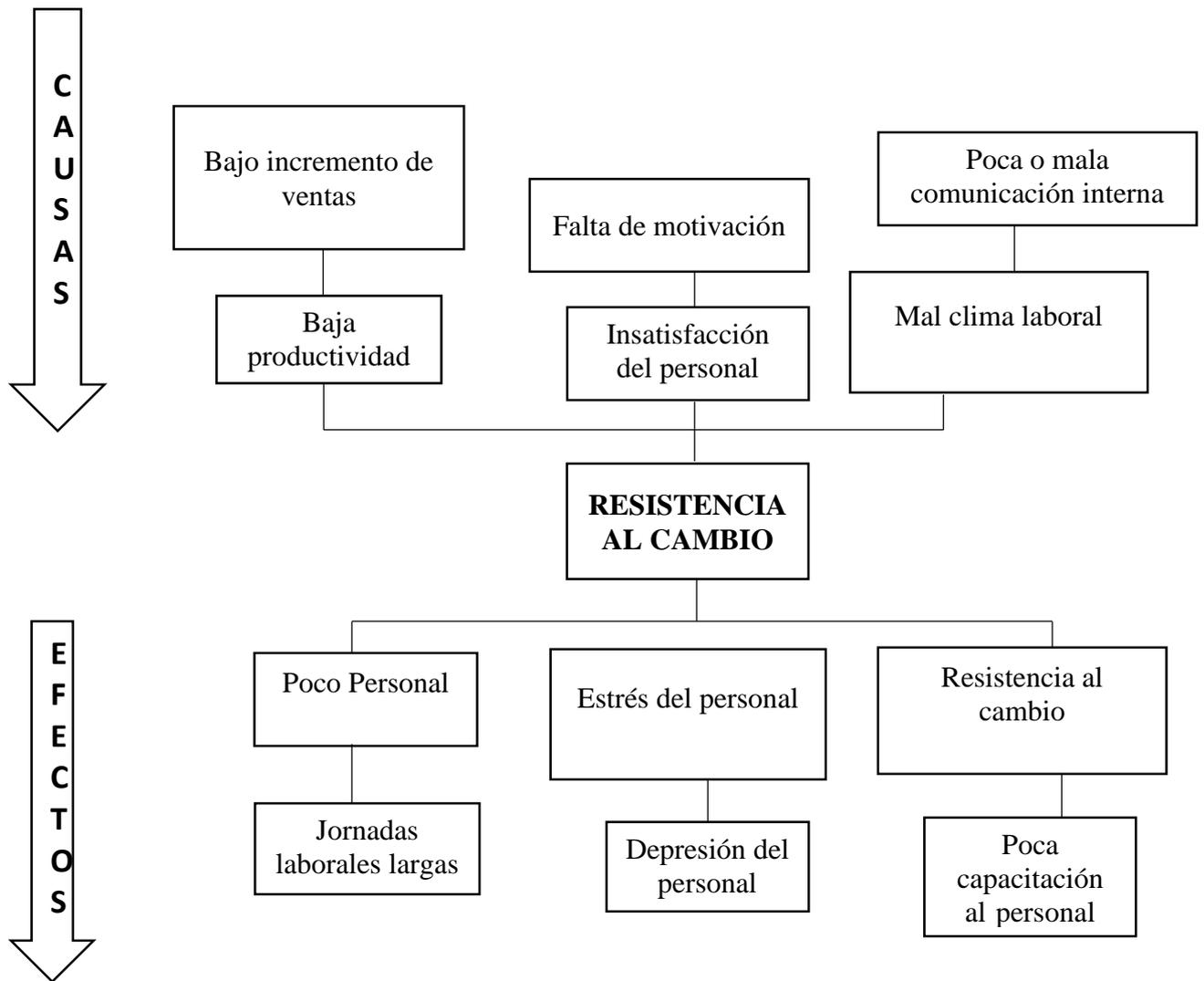
Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la Micro y pequeñas empresa.
Dificultad del personal para implementar la gestión de calidad	La dificultad que tiene al implementar la gestión de calidad es la adaptación a los cambios de su personal debido a la falta de capacitaciones constantes.
Técnicas para medir el rendimiento del personal.	La técnica utilizada es la evaluación, pues una vez contratado el personal se le evalúa de acuerdo a su desempeño.
Factor de diferenciación en relación a la calidad en el servicio brindado	Son la atención personalizada y la rapidez de los productos, debido a que a se esmeran por brindar un adecuado servicio de calidad.
Herramientas utilizadas para un servicio de calidad.	La comunicación es la herramienta principal debido a ello pueden comunicarse y pues entenderse sobre cualquier proceso que deseen llevar a cabo.
Está dando una mala atención al cliente	En pocos casos es por la falta de organización del personal, eso cambiaría con reuniones antes de empezar las labores, 15min antes a la vez motivándoles.
Beneficios que obtuvo al utilizar una buena atención al cliente.	Se logra que el cliente quede satisfecho por ende se incrementan las ventas a la vez se logra posicionar la empresa, y generando la posibilidad de apertura más sucursales.

9. Problemas.

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Dificultad del personal para implementar la gestión de calidad	No se adaptan a los cambios	Esto se da porque no están debidamente capacitados, demostrando la inadaptabilidad en los cambios para poder implementar una gestión de calidad.
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La evaluación	Se da porque no existe una inducción de sus funciones y pues son ineficientes los resultados.
Factor de diferenciación en relación a la calidad en el servicio brindado	Rapidez de entrega de productos	No existe personal suficiente
Herramientas utilizadas para un servicio de calidad.	Retroalimentación	Rotan funciones o designan más funciones a un solo personal
Está dando una mala atención al cliente	Mala organización del personal	No hay charlas motivacionales sobre sus funciones antes de empezar las labores.
Beneficios que obtuvo al utilizar una buena atención al cliente.	Posicionamiento de la empresa	Poca publicidad realizada

10. Causas (Utilizando el diagrama de espina causa – efecto, tormenta de ideas, etc.)

Árbol de causa-efecto



11. Establecer soluciones

- **Establecer Acciones**

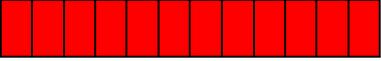
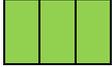
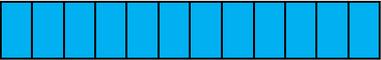
Indicadores	Problema	Acción de mejora
Dificultad del personal para implementar la gestión de calidad	No se adapta a los cambios por falta de capacitación.	Capacitar al personal en temas de gestión de calidad.
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La evaluación por falta de inducción laboral	Adiestrar detalladamente las funciones a realizar
Factor de diferenciación en relación a la calidad en el servicio brindado	Rapidez de entrega de productos por falta de personal	Prever de personal capacitado para temporadas altas.
Herramientas utilizadas para un servicio de calidad.	Retroalimentación por mala delegación de funciones	Delegar funciones específicas.
Está dando una mala atención al cliente	Mala organización del personal, por falta de motivación antes de dar inicio la jornada laboral	Insistir, motivar diariamente acerca de la gestión de calidad en atención al cliente, con 15min previos a empezar las labores.
Beneficios que obtuvo al utilizar una buena atención al cliente.	Posicionamiento por poca publicidad realizada	Hacer encuestas internas entre sus comensales para detectar las fallas y mejorarlas, además de publicitar masivamente por las redes sociales.

12. Recursos para la implementación de las estrategias.

- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos
- Tiempo

N°	Estrategia	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Capacitar al personal en temas de gestión de calidad.	Representante	S/ 600.00	Internet, Computadora, Impresora	12 meses
2	Adiestrar detalladamente las funciones a realizar	Representante	S/ 10.00	Computadora Internet Impresora	6 meses
3	Prever de personal capacitado para temporadas altas.	Personal de atención (2)	S/ 1800.00	Imprenta (Volantes y Carteles)	60 Días
4	Delegar funciones específicas.	Representante	S/ 0.00	Computadora	7 días
5	Insistir, motivar diariamente acerca de la gestión de calidad en atención al cliente, con 15min previos a empezar las labores.	Representante	S/ 300.00	Computadora Internet Celulares	3 meses
6	Hacer encuestas internas entre sus comensales para detectar las fallas y mejorarlas, además de publicitar masivamente por las redes sociales.	Representante y personal de ventas	S/ 1200.00	Computadora Internet Aplicaciones	12 meses

13. Cronograma de actividades

Nº	Tarea	Inicio	Final	Enero - Diciembre
1	Capacitar al personal en temas de gestión de calidad.	01/01/21	30/12/21	
2	Adiestrar detalladamente las funciones a realizar	01/04/21	30/06/21	
3	Prever de personal capacitado para temporadas altas.	15/03/21	31/12/21	
4	Delegar funciones específicas.	01/01/21	07/01/21	
5	Insistir, motivar diariamente acerca de la gestión de calidad en atención al cliente, con 15min previos a empezar las labores.	01/01/21	31/03/21	
6	Hacer encuestas internas entre sus comensales para detectar las fallas y mejorarlas, además de publicitar masivamente por las redes sociales.	01/01/21	31/12/21	

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años en el cargo, son administradores de las empresas, como grado de instrucción superior universitarios, son del género femenino y masculino equitativamente y en su mayoría relativa tienen de 18 a 31 años de edad.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas laboran con personas que no son familiares; a la vez la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancia, tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, tienen entre 1 a 5 trabajadores.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, la atención al cliente es fundamental; así mismo la mayoría de las micro y pequeñas empresas dicen que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados, si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda, conocen el término atención al cliente, aplican como técnicas modernas de gestión de calidad a la atención al cliente, aplican una buena atención al cliente, conoce el término gestión de calidad, considera que si brindan una buena atención al cliente, consideran como factor de calidad al servicio que brinda a la atención personalizada, utilizan la herramienta de la comunicación para un servicio de calidad, utiliza la técnica de la evaluación para medir el rendimiento del personal, aseveran que el resultado logrado de la atención al es tener clientes satisfechos y en su mayoría relativa indican que las dificultades en sus trabajadores se debe a que no se adaptan a los cambios.

Se elaboró un plan de mejora con la finalidad de aplicar las estrategias para mejorar en la técnica para medir el desempeño del personal, así mismo las dificultades en el personal que impiden la ejecución de calidad de calidad y porque están dando una mala atención a los clientes por una mala organización del personal de las micro y pequeñas empresas en estudio.

RECOMENDACIONES

Elaborar un plan estratégico enfatizando capacitaciones, charlas sobre la misión de la empresa, de los objetivos que se desean lograr y sobre las formas excepcionales de cómo se debe atender a un cliente, incluso si estas necesitan apoyarse de tecnologías, todo esto para que los trabajadores lleguen adaptarse a los cambios.

Implementar indicadores reales para medir el desempeño de los trabajadores, porque es desfavorable para la empresa medir el rendimiento con la evaluación sin antes realizar inducción laboral en ellos, de tal manera si se centran en la retroalimentación de procesos, el personal llegará a ser un experto su función asignada, y los resultados por ende serán beneficiosos para las pollerías.

Delegar funciones específicas a los trabajadores y si bien es cierto que cuando hay festividades la demanda aumenta se debe de prever de personal suficiente y calificado, porque en la totalidad de pollerías resulta que el servicio es pésimo y la gente insatisfecha ya no regresa.

Elaborar un plan de mejora con la finalidad de aplicar las estrategias para mejorar en la técnica para medir el desempeño del personal, así mismo las dificultades en el personal que impiden la ejecución de calidad de calidad y porque están dando una mala atención a los clientes por una mala organización del personal de las micro y pequeñas empresas en estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antúnez, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Universidad Católica Los ángeles de Huarmey, Ancash
Recuperado el 20 de Abril de 2019, de
<https://drive.google.com/file/d/1sUkkgpNrHR1ejLESvA3sq0vkgwFUquFq/vi ew?usp=sharing>
- Bañeras, J. G. (11 de Junio de 2014). *La importancia de la calidad en la gestión empresarial*. Obtenido de <https://blogs.imf- formacion.com/blog/corporativo/calidad/la-importancia-de-la-calidad-en-la- gestion-empresarial/>
- Branson, R. (30 de Abril de 2017). *Richard Branson: Nunca antepongas las utilidades a las personas*. Obtenido de
<https://www.elfinancierocr.com/gerencia/liderazgo/richard-branson-nunca- antepongas-las-utilidades-a-las- personas/OSWCKKG2S5FNBFIJUMI5WRZDPXE/story/>
- Carrasco, S. F. (2013). *Atención al cliente en el proceso comercial*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Chávez, E. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016*. Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, Ancash, Chimbote. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9189/GESTIO N_CALIDAD_ATENCION_CLIENTE_CHAVEZ_PAREDES_.pdf?sequenc e=1&isAllowed=y
- Congreso de la Republica. (2 de Julio de 2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Obtenido de
<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.ht m#:~:text=La%20presente%20Ley%20tiene%20por,y%20su%20contribuci% C3%B3n%20a%20la>
- De la Cruz, C. A. (14 de Mayo de 2016). *Importancia de implementar un sistema de gestion de calidad*.
- Fernández, J. R. (4 de Diciembre de 2016). *10 beneficios de una buena atención al cliente*. Obtenido de <https://www.sage.com/es-es/blog/10-beneficios-de-una- buena-atencion-al-cliente/>

- Figuerola, C. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, jr. ladislao espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016*. Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, Ancash, Chimbote. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8223/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_FIGUEROA_RODRIGUEZ_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, F. (2015). *Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las mype del rubro restaurantes del distrito de lalaquiz - huancabamba, 2015*. Universidad Católica Los ángeles de Huancabamba, Piura, Lalaquiz. Recuperado el 20 de Abril de 2019, de https://drive.google.com/file/d/196WeaAkV7rCQCC1V_F6GxQZsPqhBrAuK/view?usp=sharing
- Gonzalez, H. (29 de Mayo de 2017). *Implementacion de ISO 9001:2015 - pasos a seguir*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/2017/05/29/implementacion-de-iso-9001-2015-pasos-a-seguir/>
- Grimaldo, I. (28 de Marzo de 2016). *Una de cada cuatro medianas empresas registran caídas del 50% en ventas por su mala gestión*. Obtenido de <https://www.ipae.pe/una-de-cada-cuatro-medianas-empresas-registran-caidas-de-50-en-ventas-por-su-mala-gestion/>
- Hernández, I. (7 de Mayo de 2019). *Periodico el Ferrol ¿Más del 80 % de las mype son informales en Áncash?* Recuperado el 2 de NOVIEMBRE de 2019, de <https://www.elferrolchimbote.com/index.php/sucesos/271-mas-del-80-de-las-mype-son-informales-en-ancash>
- Izquierdo, R. (9 de Octubre de 2017). *7 ventajas y 7 desventajas de ser una Mype*. Obtenido de <https://integriaims.com/ventajas-y-desventajas-de-las-pymes/>
- Izquierdo, R. (9 de Octubre de 2017). *7 ventajas y 7 desventajas de ser una Mype*. Obtenido de <https://integriaims.com/ventajas-y-desventajas-de-las-pymes/>
- Mata, J. I. (25 de Febrero de 2016). *Las 5 causas más frecuentes del fracaso empresarial*. Obtenido de <https://www.emprenderalia.com/las-5-causas-mas-frecuentes-del-fracaso-empresarial/>
- MEF. (2 de Julio de 2013). *Normas Legales*. Obtenido de <https://www.mef.gob.pe/en/normatividad-inv-publica/archivos-historicos/temas-historico/normatividad-vinculada/7266-ley-n-30056/file>
- Nebrera, J. H. (10 de Octubre de 2010). *Introducción a la calidad*. Obtenido de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion_a_la_calidad.pdf
- Pacheco, J. (17 de Agosto de 2017). *Entienda lo que es la calidad total y como se relaciona con la gestión de la mejora continúa*.

- Paulise, L. (2015 de Setiembre de 2015). *Argentina difícil: el 80% de las pymes fracasa a los 2 años*. Obtenido de <https://archivo.urgente24.com/244816-argentina-dificil-el-80-de-las-pymes-fracasa-a-los-2-anos#:~:text=En%20Latino%20Am%C3%A9rica%20el%2080,fracasa%20a%20los%20dos%20a%C3%B1os.&text=La%20mayor%20de%20los%20emprendedores,en%20el%20entorno%20pol%C3%A>
- Peña, F. (27 de Abril de 2015). *Principales herramientas de gestión empresarial*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/04/27/principales-herramientas-de-gestion-empresarial-funcionamiento-y-caracteristicas/>
- Rodriguez, A. (27 de Enero de 2013). *gestión, tipos, gestión investigativa, enfoque*. Obtenido de http://doctxs6.blogspot.com/2013/01/gestion-tipos-gestion-investigativa_27.html
- Saavedra, T. d. (30 de Julio de 2018). *Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las Mypes rubro panaderías del centro de Tambo grande año 2018*. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5943/GESTION_DE_CALIDAD_PRODUCTIVIDAD_SAAVEDRA_MENDOZA_TERE_SITA_DEL_JESUS.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Soto, B. (11 de Mayo de 2013). *5 principios basicos de la atencion al cliente*. Obtenido de <https://www.gestión.org/marketing/atencion-cliente/11175/5-principiosbasicos-de-la-atencion-al-cliente/>
- Torres, R. (Febrero de 2019). *Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la sanduchería y pastelería “le croissant” del canton samborondon*, Recuperado el 30 Mayo de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38775/1/STEVEN-TORRES-%20tesis.pdf>
- Ucha, F. (12 de Mayo de 2011). *definicion de Gestion de Calidad*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>
- Ucha, F. (13 de Febrero de 2013). *Definicion de Administrador*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/administrador.php>
- Vásquez, J. C. (24 de Setiembre de 2013). *Importancia de la Mypes en el Perú*. Obtenido de [http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html#:~:text=Constituyen%20%20pues%20el%20principal%20motor,producto%20bruto%20interno%20\(PBI\).](http://pymesperuana.blogspot.com/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html#:~:text=Constituyen%20%20pues%20el%20principal%20motor,producto%20bruto%20interno%20(PBI).)

- Villaalba, S. (2016). *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azucabeach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*, Universidad Pontificia Católica de Ecuador. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%c3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villacorta, H. (2019). *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines, Trujillo 2018*. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, Trujillo, La libertad, Trujillo. Recuperado el 30 de Abril de 2019, de <https://drive.google.com/file/d/1W6Z-blZOHL8lPJ5YxybMTKTrQ26mrNHN/view?usp=sharing>
- 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*. Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, Ancash, Chimbote. Recuperado el 21 de Mayo de 2019, de http://repositorio.uladec.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Anexos

Anexo N° 1

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	Actividades	Año 2013				Año 2019				Año 2020						
		SEMESTRE I				SEMESTRE I		SEMESTRE II		SEMESTRE I				SEMESTRE II		
		Tesis I				Tesis II		Tesis III		Tesis IV				Taller Cocurricular		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del Proyecto	X														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de investigación			X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de investigación				X											
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X									
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información							X								
7	Elaboración del consentimiento informado							X								
8	Recolección de datos							X	X							
9	Presentación de resultados								X	X						
10	Análisis e Interpretación de los resultados									X	X					
11	Redacción del informe preliminar										X	X	X	X		
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X	X	
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación.															X
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X
15	Redacción de artículo científico															X

Anexo N° 2

Presupuestos desembolsables (Estudiante)			
Categoría	Base	% Numero	Total (S/.)
Suministro (*)			
• Impresiones	0.10	50	5.00
• Fotocopia	0.10	200	20.00
• Empastados	25.00	1	25.00
• Papel bond – A4 (500 hojas)	10.00	1	10.00
• Lapicero	2.00	8	16.00
• USB 4Gb	28.00	1	28.00
• Cuaderno	2.00	1	2.00
Servicio			
• Uso Turnitin	50.00	2	100.00
Sub Total			206.00
Gastos de movilidad			
• Pasajes y viáticos	5.00	40	200.00
Sub Total			200.00
Total de presupuesto desembolsable			406.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% Numero	Total (S/.)
Servicio			
• Matricula de taller cocurricular	300.00	1	300.00
• Pensión de taller cocurricular	850.00	2	1700.00
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Modulo de investigación de ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub Total			2400.00
Recurso Humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub Total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			2652.00
TOTAL (S/.)			3058.00

Anexo N° 3
Cuadro de Sondeo

N°	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	RUC	DIRECCIÓN	CIUDAD
1	Lumirjo S.A.C.	RESTAURANT BROZETOS	20601156661	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Mza. L2 Lote. 21 Urb. El Pacifico	Chimbote
2	Hornave Chicken E.I.R.L.	POLLOS A LA BRASA NAPO CHICKEN	20532038686	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Mza. S3 Lote. 17 Urb. Unicreto	Chimbote
3	Andarpa Inversiones S.A.C.	LA GRANJA LINDA	20569146926	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Mza. 10A Lote. 1 P.J. 3 De Octubre	Chimbote
4	Comercializadora Servicios Generales y Constructora Bokana E.I.R.L.	POLLERIA VIKINGO	20541759655	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. Huarmey N° 200 Urb. Buenos Aires II Etapa	Chimbote
5	Varas Mejía Ricardo Diego	PA'COMER PA'LLEVAR	10467816085	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. Argentina S/N (a una cuadra de la catedral)	Chimbote
6	Solsol de Alcántara Ana María	POLLERIA RIKI	10329490896	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Mza. LOTE. 2 Urb. Pacifico	Chimbote
7	Henríquez Meza Enma Edith	POLLERIA PIO PIO	10446327831	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Mza. H2 L1 Urb. Los Héroes	Chimbote
8	Guevara Soto Franshesca Nicole	HOT CHICKEN GRILL	10753084351	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. Argentina Urb. Bancharo Rossi	Chimbote
9	Restaurant Turístico Gitano's E.I.R.L.	POLLERIA GITANOS	20531836465	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. Pacifico Mza. D1 Lote.5 Urb. Casuarinas II Etapa	Chimbote

10	Santillán Guevara Diana Lissett	POLLERIA CHE PALERMO	10418320368	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. Pacifico Urb. Casuarinas	Chimbote
11	Ayana Negocios S.A.C.	POLLERIA KIKIRIKI	20482659366	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. Pacifico Mza. Lote.1 Urb. Casuarinas II Etapa	Chimbote
12	Inversiones Poeco S.A.C.	POLLOS A LA BRASA NAPOS CHICKEN	20602679102	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. Argentina Mza. S3 Lote. 17 Urb. Unicreto	Chimbote
13	Advincula Terán Katerine Zoila	POLLERIA DON LOLO	10435195623	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. Argentina Mza. S3 Lote. 17 Urb. Unicreto	Chimbote
14	Vertiz Castro Restaurant S.A.C.	WILSON CHICKEN & GRILL	20569132623	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Mza. B1 Lote11 Urb. Cáceres Aramayo	Chimbote
15	Rojas Alva Williams Javier	POLLERIA CHICAMA CHICKEN	10329664151	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Mza. U1 Lote19 Urb. Casuarinas II Etapa	Chimbote
16	Negocios e Inversiones Hercorp S.A.C.	POLLERIA ALITAS CHICKEN	20601469791	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. La Familia Mza. C1 L8 Urb. Cáceres Aramayo	Chimbote
17	Inversiones Condoricar E.I.R.L	NAPO'S CHICKEN	20569192367	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Mza. S3 L.17 Urb. Unicreto	Chimbote
18	Inversiones Bojórquez Rivera y Asociados S.A.C.	EL PORTON CHICKEN & GRILL	20569194491	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Mza. P L.13 Urb. Los Héroes	Chimbote
19	Agronaqui S.A.C.	PARK CHICKEN	20546293620	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Jr. Huandoy Mza. A Lote 05 Urb. Buenos Aires	Chimbote
20	Pollos y Parrilladas Al Carbón A & T S.A.C.	POLLERIA AL CARBON	20569270180	Ancash/Santa/Nvo. Chimbote Av. Anchoqueta Mza. G' L.24 Urb. Santa Rosa	Chimbote

ANEXO N°4 CONSENTIMIENTO INFORMADO

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO POLLERIAS, ZONA CENTRICA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector: servicio - rubro: pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector: servicio - rubro: pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector: servicio - rubro: pollerías, zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planteado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costo para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, recomendaciones y un plan de mejora sobre la gestión de calidad en atención al cliente para su micro o pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos de cada participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Nuevo Chimbote, Perú estudiante Pajuelo Zarzosa Alan al celular 971760590, o al correo: 55mmemmo55@gmail.com

Y si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela profesional de Administración, Telf: 350190, E-mail: escuela_administracion@uladech.edu.pe

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará. También se me informó que, si participo o no, mi negativa a responder no afectará negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para su mejor comprensión.

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

_____ Nombre del participante	_____ Firma del participante
_____ Nombre del participante	_____ Firma del participante
_____ Fecha	_____ Hora

**ANEXO N°5
CUESTIONARIO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

GESTION DE CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR SERVICIO, RUBRO POLLERIAS, ZONA CENTRICA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2018.

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

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1.GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

20. Principales factores de calidad en el servicio que brinda.

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

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

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

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

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

ANEXO N° 6
Hoja de Tabulación

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia	Frecuencia
			Absoluta	Relativa
1. Edad	a) 18 a 30 años	IIII IIII	9	45.00
	b) 31 a 50 años	IIII III	8	40.00
	c) 51 a más años	III	3	15.00
	TOTAL		20	100.00
2. Genero	a) Masculino	IIII IIII	10	50.00
	b) Femenino	IIII IIII	10	50.00
	TOTAL		20	100.00
3. Grado de instrucción	a) Sin instrucción		0	0.00
	b) Educación básica	IIII I	6	30.00
	c) Superior no universitario	III	4	20.00
	d) Superior universitario	IIII IIII	10	50.00
	TOTAL		20	100.00
4. Cargo que desempeña	a) Dueño	IIII I	6	30.00
	b) Administrador	IIII IIII III	14	70.00
	TOTAL		20	100.00
5. Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años	IIII IIII IIII	15	75.00
	b) 4 a 6 años	I	1	5.00
	c) 7 a más años	III	4	20.00
	TOTAL		20	100.00
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años	IIII IIII III	13	65.00
	b) 0 a 6 años	III	4	20.00
	c) 7 a más años	III	3	15.00
	TOTAL		20	100.00
7. Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	IIII IIII	10	50.00
	b) 6 a 10 trabajadores	IIII III	8	40.00
	c) 11 a más trabajadores	II	2	10.00
	TOTAL		20	100.00
8. Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares		0	0.00
	b) Personas no familiares	IIII IIII IIII IIII	20	100.00
	TOTAL		20	100.00

9. Objetivo de creación de la empresa	a) Generar ganancia	IIII IIIII IIIII III	18	90.00
	b) Subsistencia	II	2	10.00
	TOTAL		20	100.00
10. Conoce el término de gestión de calidad	a) Si	IIII IIIII IIIII	14	70.00
	b) Tengo cierto conocimiento	IIII	5	25.00
	c) No	I	1	5.00
	TOTAL		20	100.00
11. Que técnica moderna de la gestión de calidad conoce	a) Benchmarking	II	2	10.00
	b) Red corporativas	IIII IIIII IIIII II	17	85.00
	c) Empowerment		0	0.00
	d) Las 5 S	I	1	5.00
	e) Outsourcing		0	0.00
	f) Otros		0	0.00
	TOTAL		20	100.00
12. Que dificultades tiene para la implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa	IIII	4	20.00
	b) Aprendizaje lento	IIII	5	25.00
	c) No se adapta a los cambios	IIII III	8	40.00
	d) Desconocimiento del puesto	I	1	5.00
	e) Otros	II	2	10.00
	TOTAL		20	100.00
13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	a) La observación	IIII III	8	40.00
	b) La evaluación	IIII IIIII I	11	55.00
	c) Escala de puntuación	I	1	5.00
	d) Evaluación de 360°		0	0.00
	e) Otros		0	0.00
	TOTAL		20	100.00
14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Si	IIII IIIII IIIII IIIII	20	100.00
	b) No		0	0.00
	TOTAL		20	100.00
15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización	a) Si	IIII IIIII IIIII IIIII	19	95.00
	b) No	I	1	5.00
	c) A veces		0	0.00
	TOTAL		20	100.00

16. Conoce el termino atención al cliente	a) Si	IIII IIII IIII III	18	90.00
	b) No	II	2	10.00
	c) Tengo cierto conocimiento		0	0.00
	TOTAL		20	100.00
17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda	a) Si	IIII IIII IIII III	18	90.10
	b) No	II	2	10.30
	c) A veces		0	0.00
	TOTAL		20	100.00
18. Atención al cliente es fundamental	a) Si	IIII IIII IIII IIII	20	100.00
	b) No		0	0.00
	TOTAL		20	100.00
19. Herramientas utilizadas para un servicio de calidad	a) Comunicación	IIII IIII II	12	60.00
	b) Confianza	IIII	5	25.00
	c) Retroalimentación	III	3	15.00
	d) Ninguno		0	
	TOTAL		20	100.00
20. Factor de la calidad en el servicio que brinda	a) Atención personalizada	IIII IIII II	12	60.00
	b) Rapidez en la entrega de productos	IIII III	8	40.00
	c) Las instalaciones		0	0.00
	d) Ninguna		0	0.00
	TOTAL		20	100.00
21. La atención al cliente que brinda al cliente	a) Buena	IIII IIII IIII I	16	80.00
	b) Regular	III	4	20.00
	c) Mala		0	0.00
	TOTAL		20	100.00
22. Está dando una mala atención al cliente	a) No se tiene suficiente personal	II	2	10.00
	b) Mala organización de los trabajadores	IIII	5	25.00
	c) Si brindan una buena atención	IIII IIII III	13	65.00
	TOTAL		20	100.00
23. Resultados logrados brindando una buena atención al cliente	a) Clientes satisfechos	IIII IIII	10	50.00
	b) Fidelización de los clientes	III	4	20.00
	c) Posicionamiento de la empresa	I	1	5.00
	d) Incremento en la ventas	IIII	5	25.00
	TOTAL		20	100.00

ANEXO 7: Figuras

Tabla 1

- a) **Características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.** Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

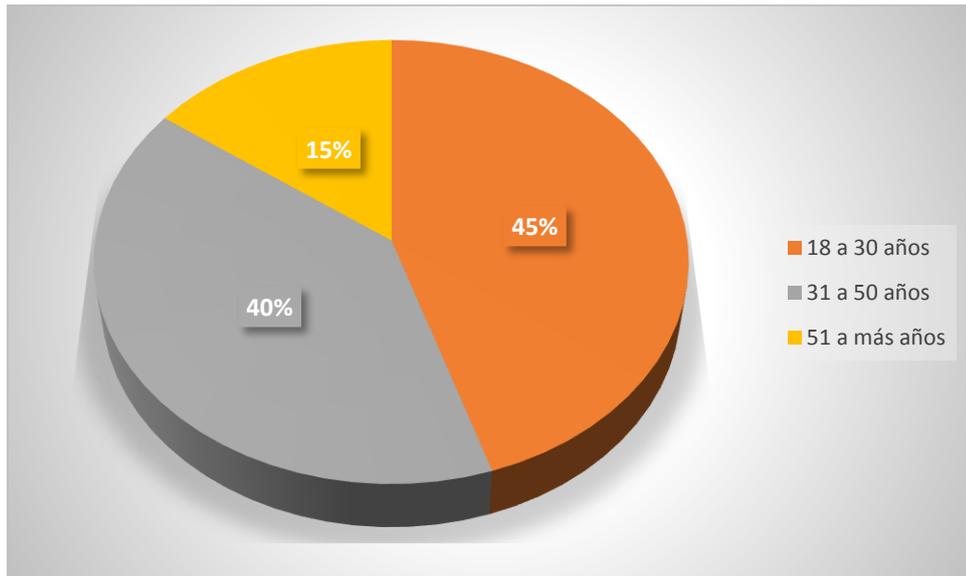


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

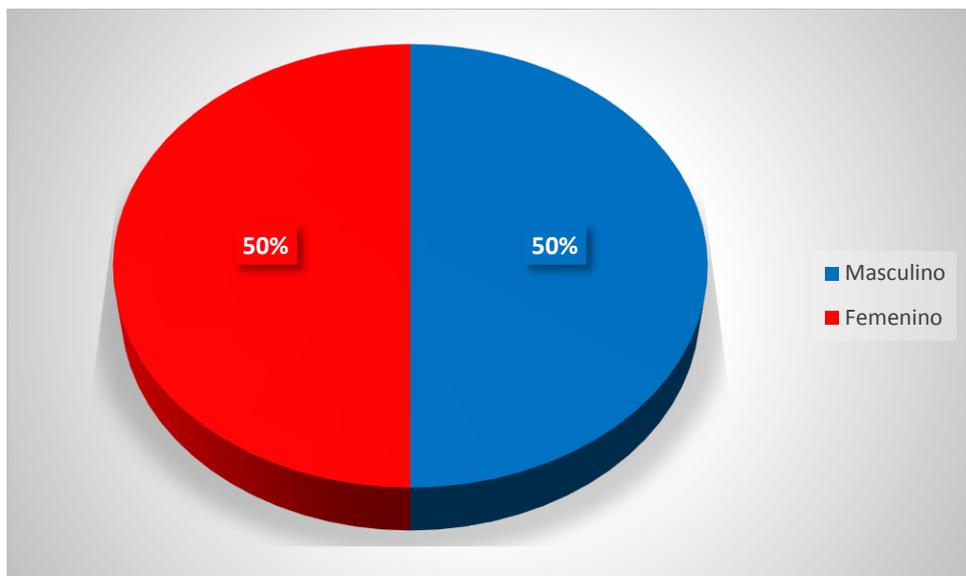


Figura 2. Genero del representante

Fuente. Tabla 1

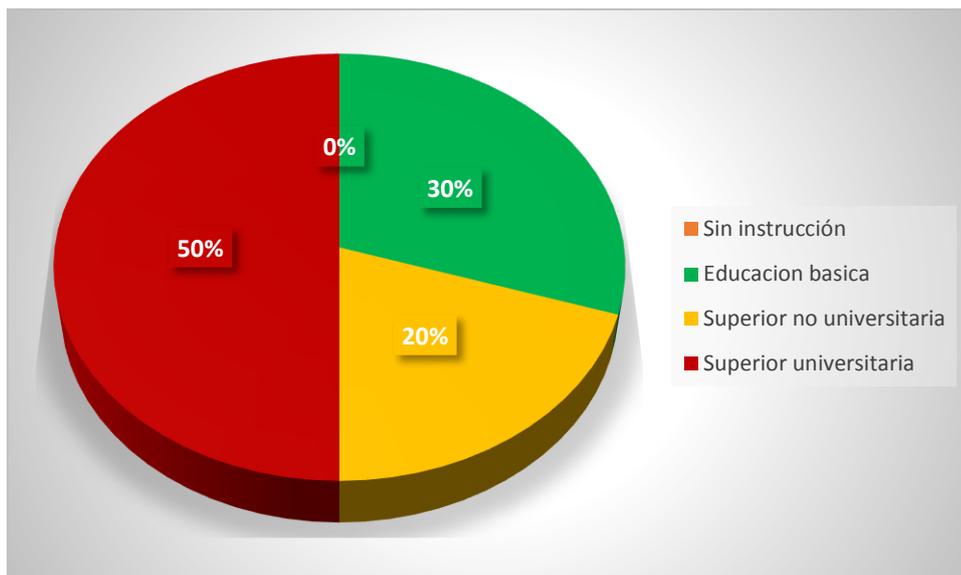


Figura 3. Grado de instrucción del representante
Fuente. Tabla 1

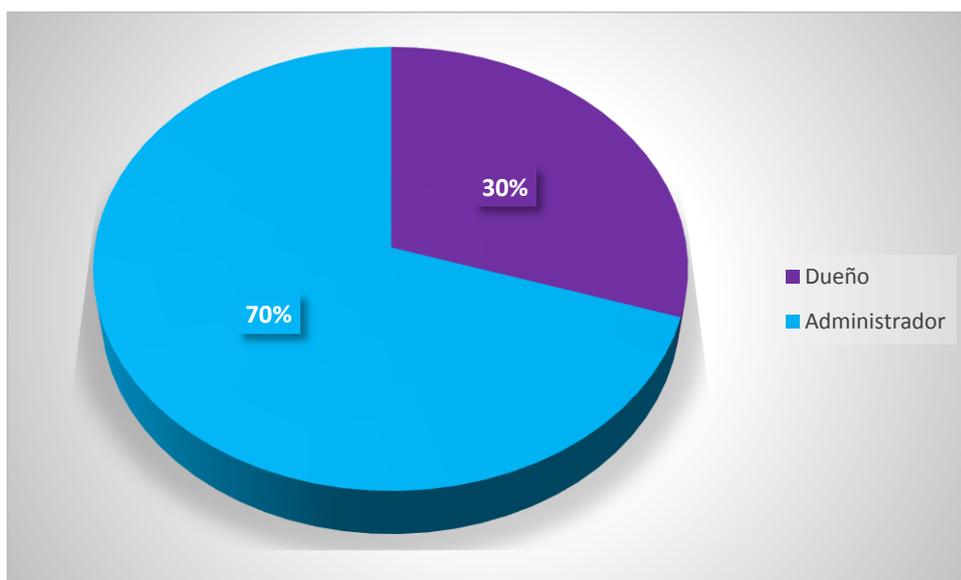


Figura 4. Cargo que desempeña el representante
Fuente. Tabla 1

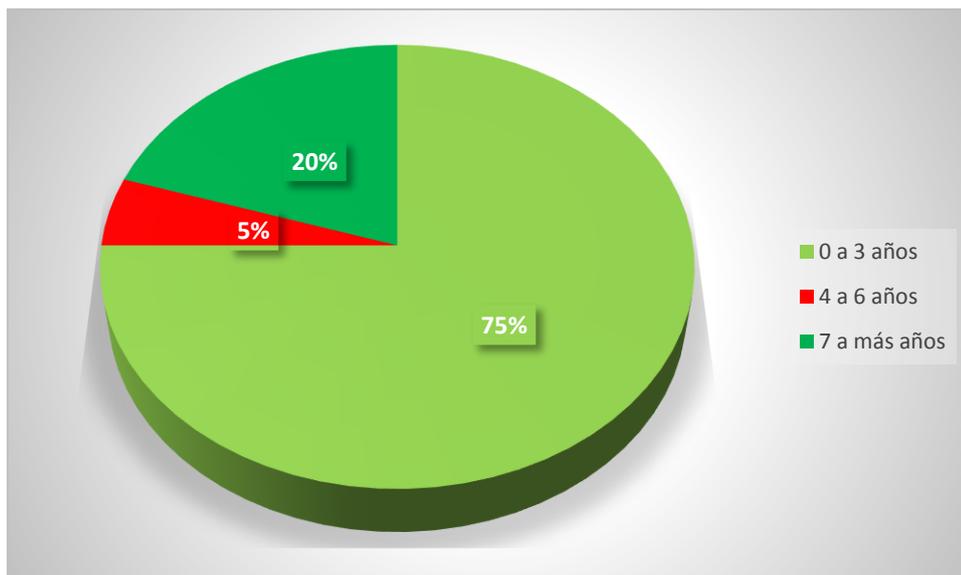


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo el representante
Fuente. Tabla 1

Tabla 2

b) **Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.**

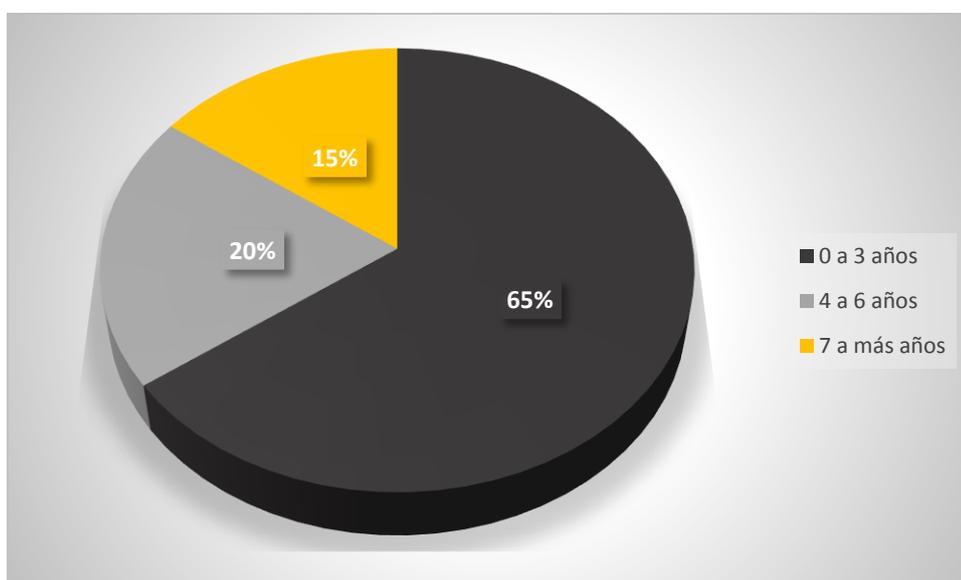


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.
Fuente. Tabla 2

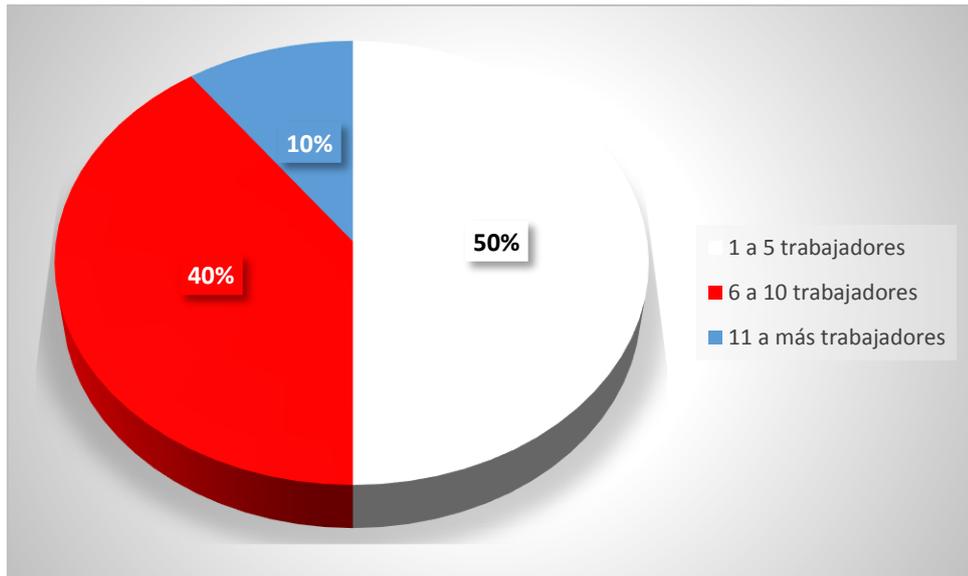


Figura 7. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

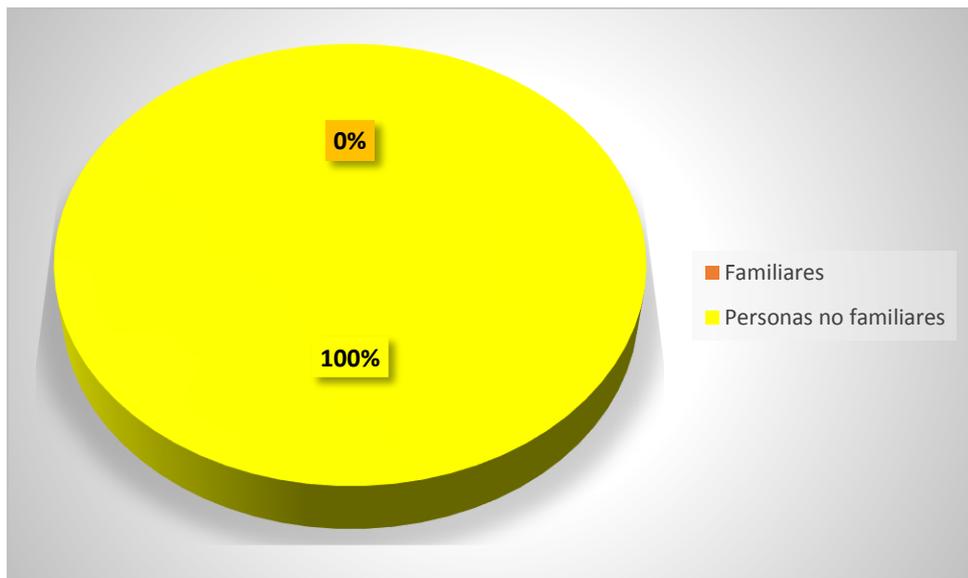


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa.
Fuente. Tabla 2

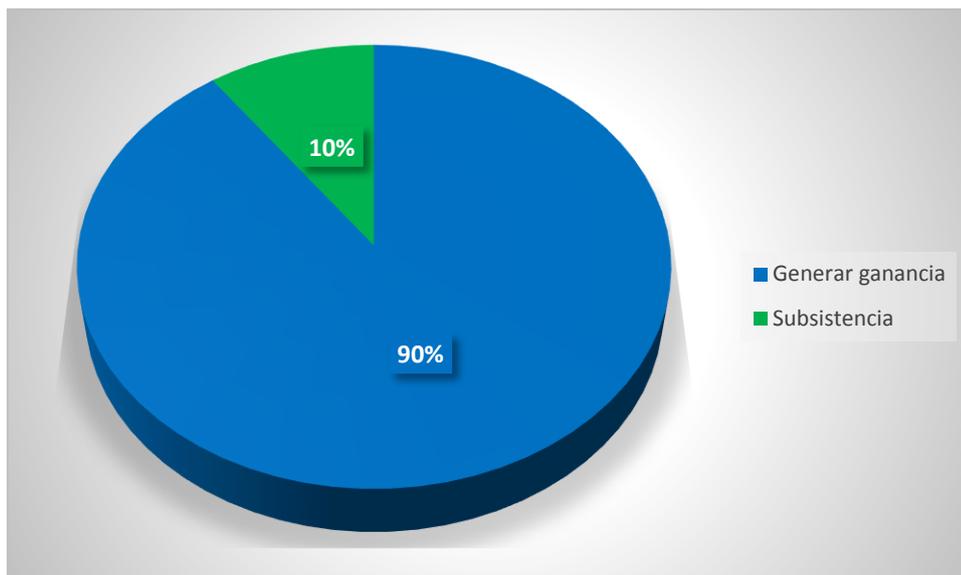


Figura 9. Objetivo de creación.

Fuente. Tabla 2

Tabla 3

- c) **Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías zona céntrica del distrito de Nuevo Chimbote, 2018.**

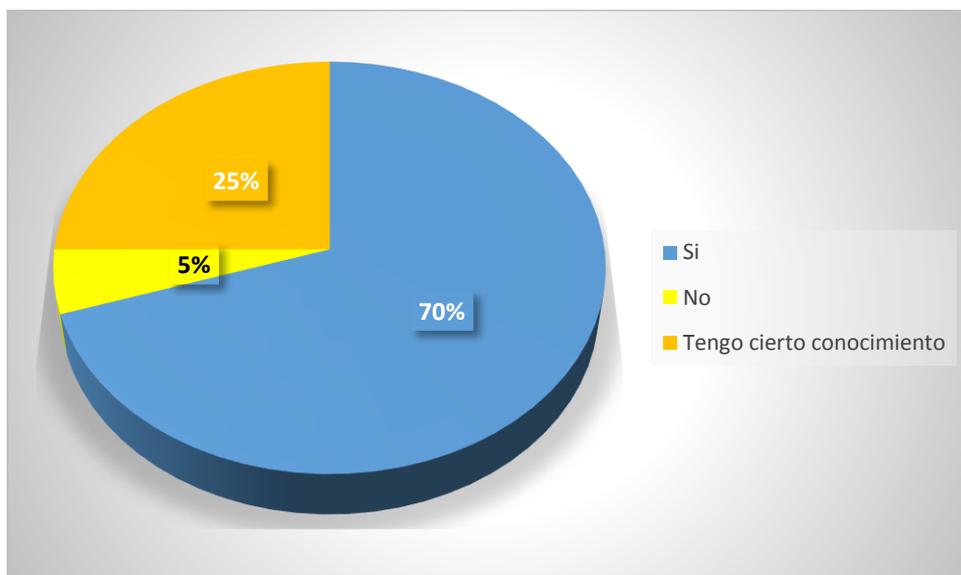


Figura 10. Conoce el termino Gestión de Calidad.

Fuente. Tabla 3

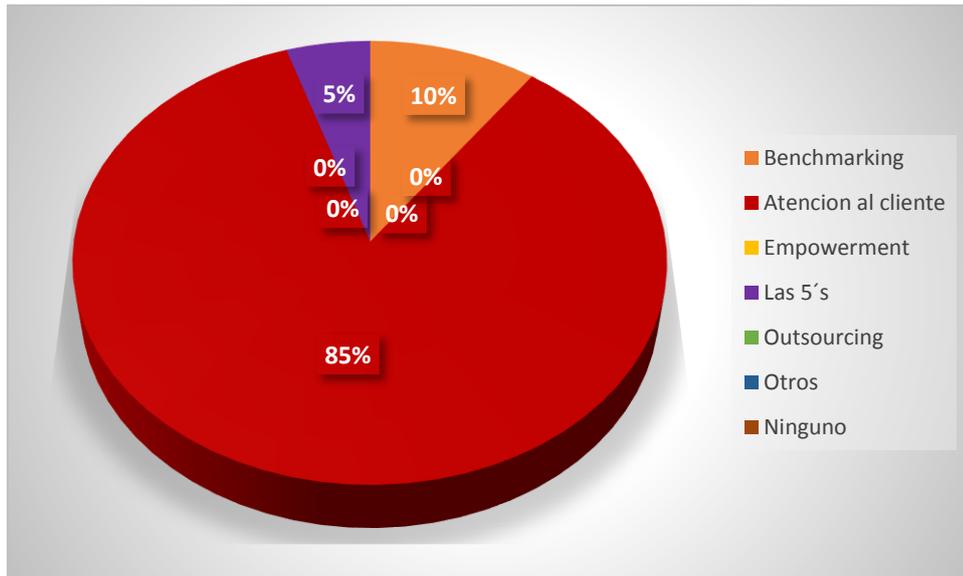


Figura 11. Técnicas modernas de la Gestión de Calidad.

Fuente. Tabla 3

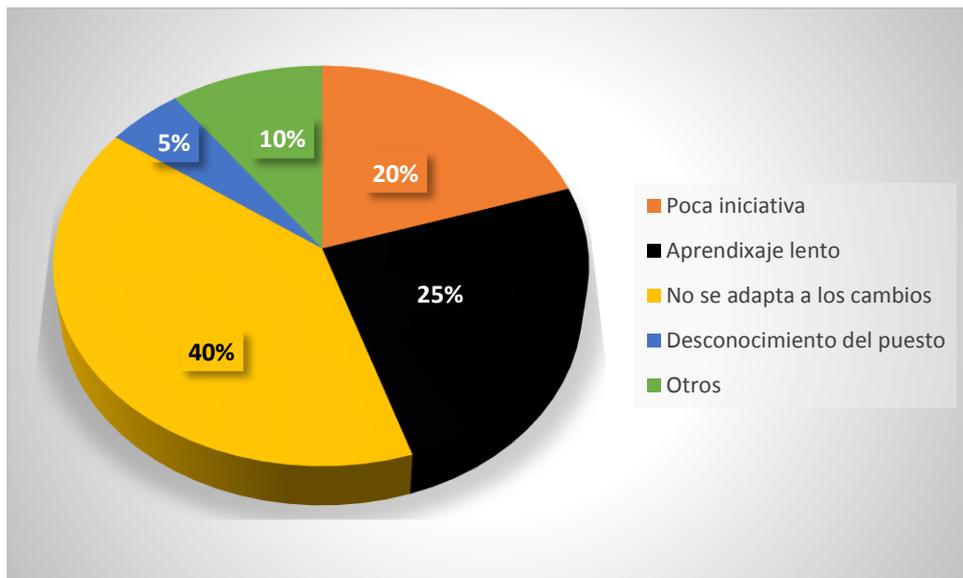


Figura 12. Dificultad en la gestión de calidad.

Fuente. Tabla 3

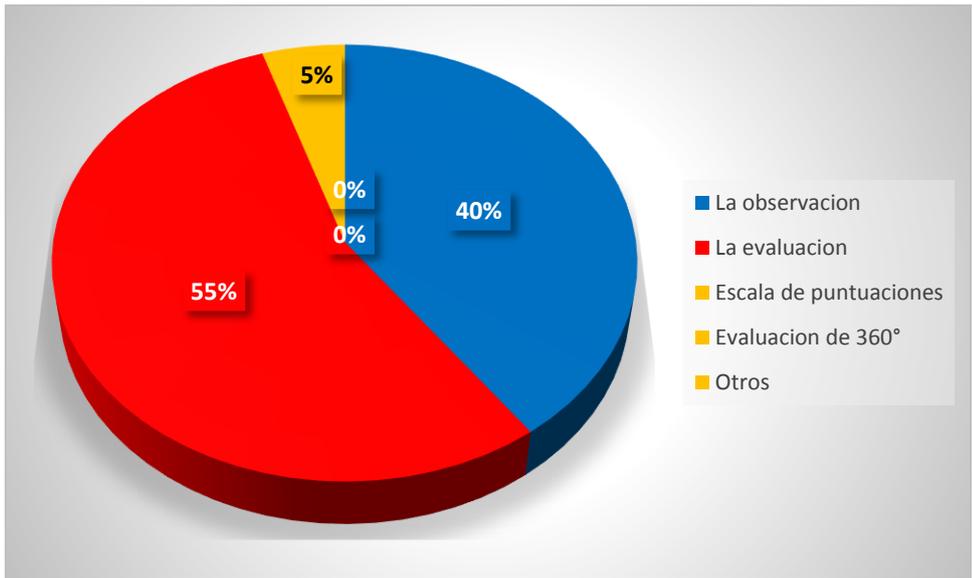


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento personal.
Fuente. Tabla 3

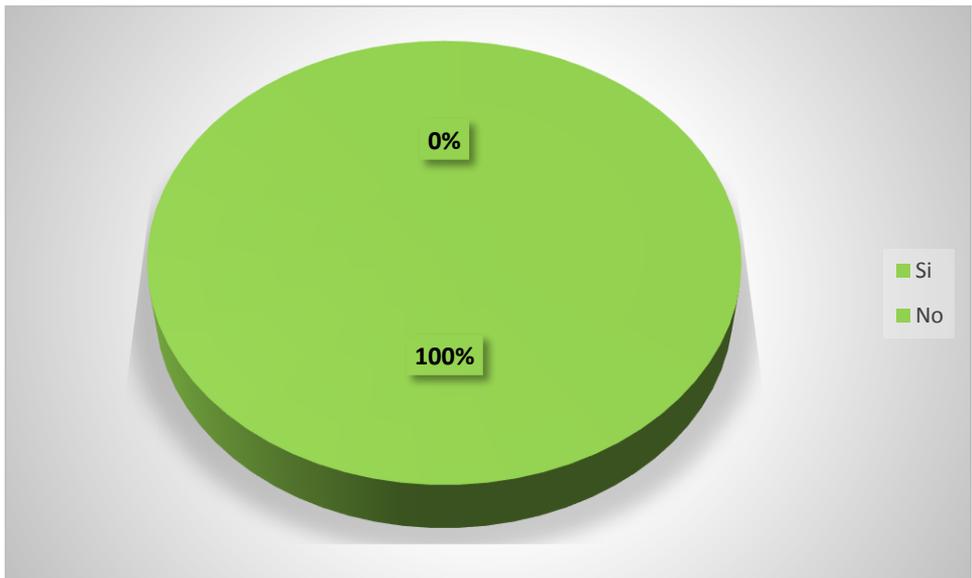


Figura 14. La Gestión de la Calidad mejora el rendimiento.
Fuente. Tabla 3

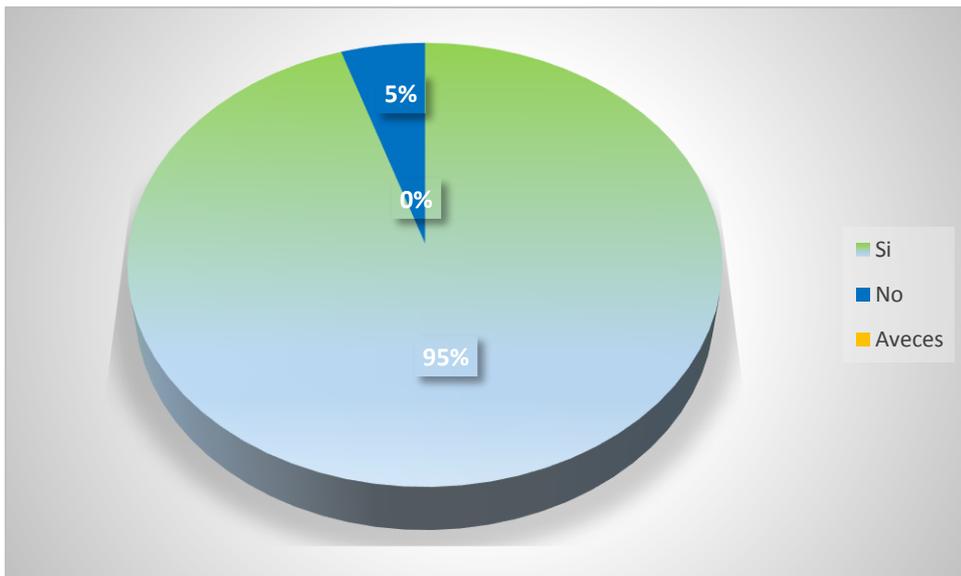


Figura 15. Gestión de la Calidad ayuda a alcanzar los objetivos
Fuente. Tabla 3

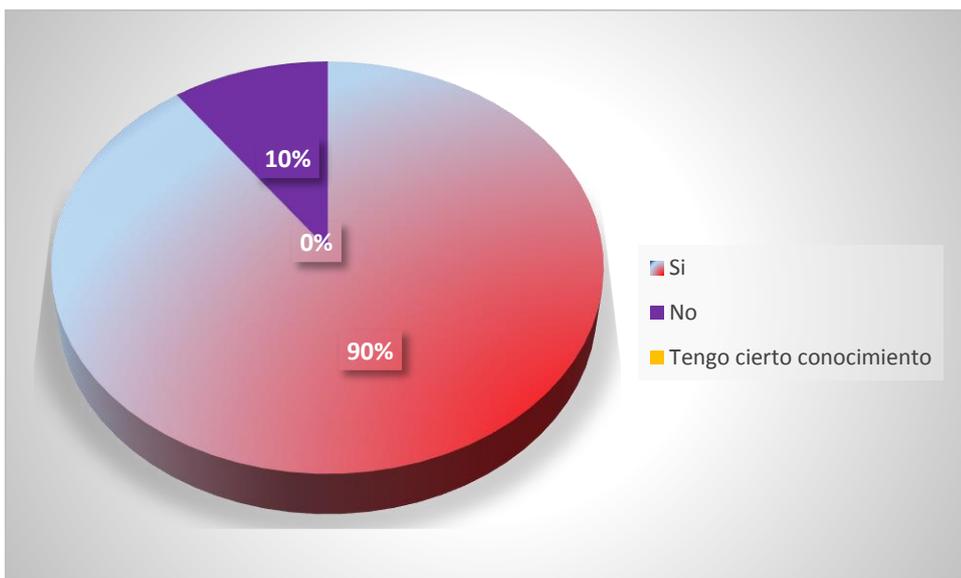


Figura 16. Conoce el término atención al cliente.
Fuente. Tabla 3

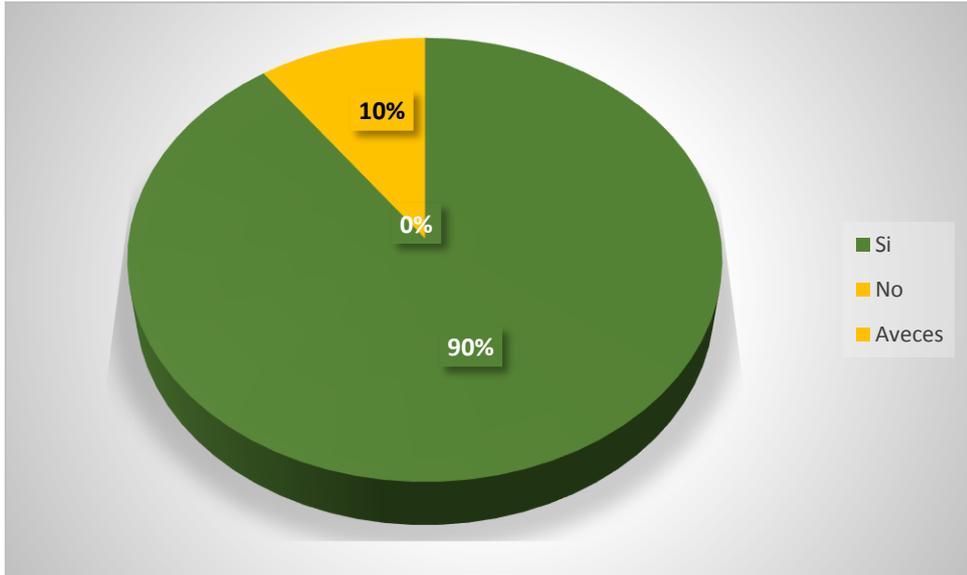


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda.
Fuente. Tabla 3

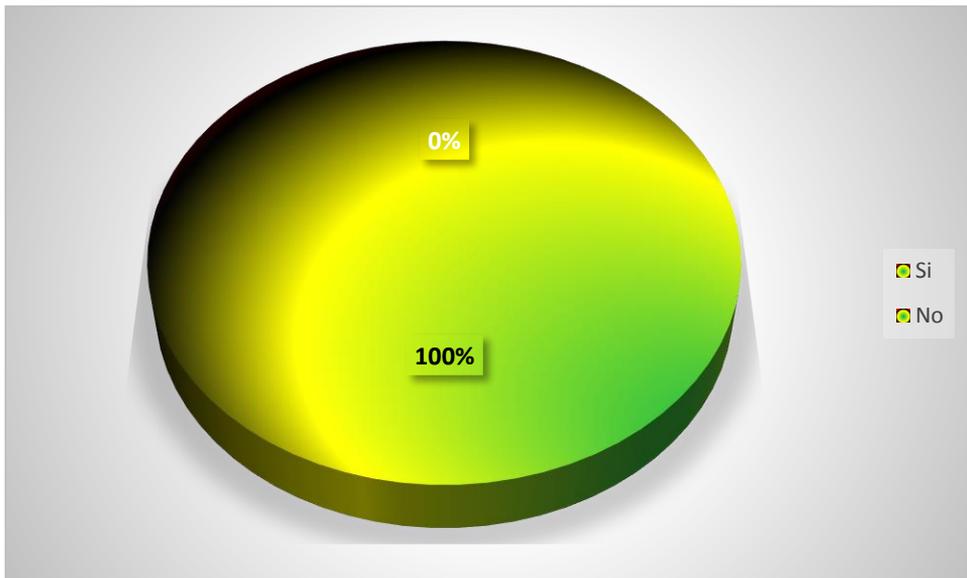


Figura 18. La atención al cliente es fundamental.
Fuente. Tabla 3

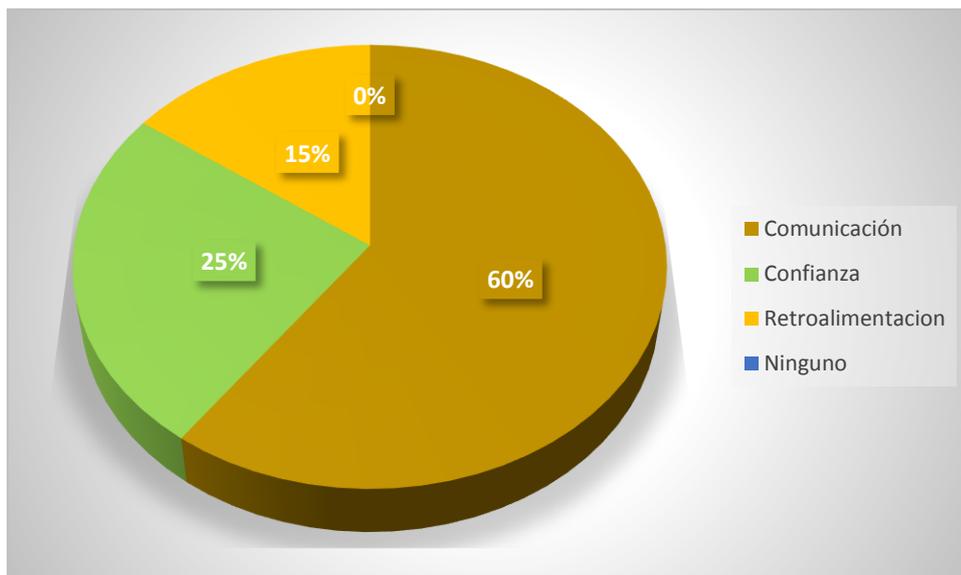


Figura 19. Herramientas utilizadas para un servicio de calidad.
Fuente. Tabla 3

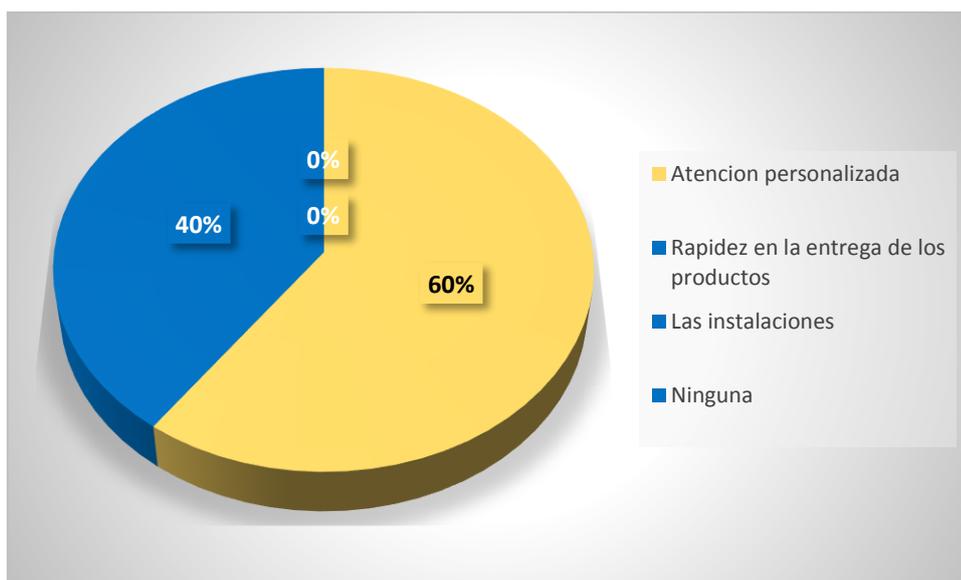


Figura 20. Factor de la calidad en el servicio que brinda.
Fuente. Tabla 3

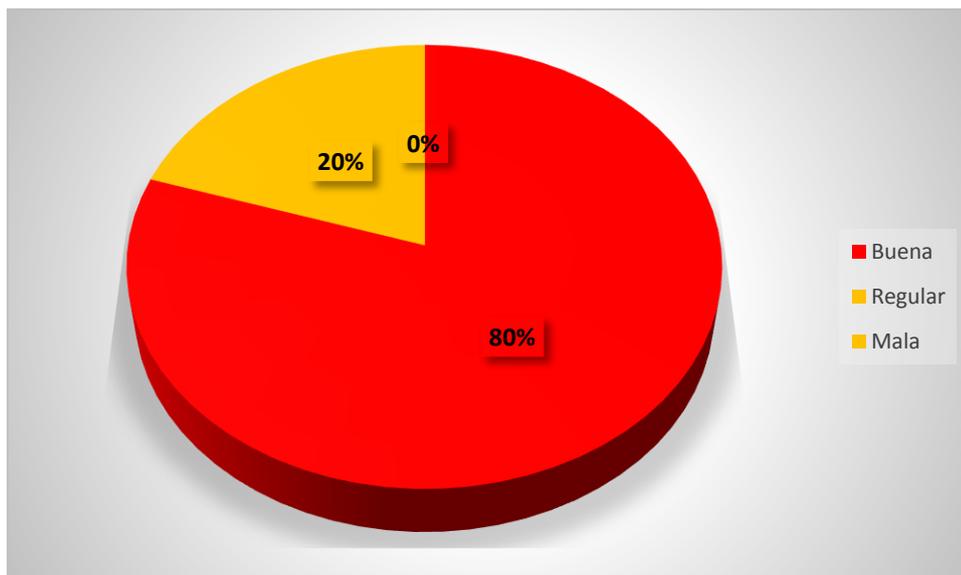


Figura 21. La atención que brinda a los clientes.

Fuente. Tabla 3

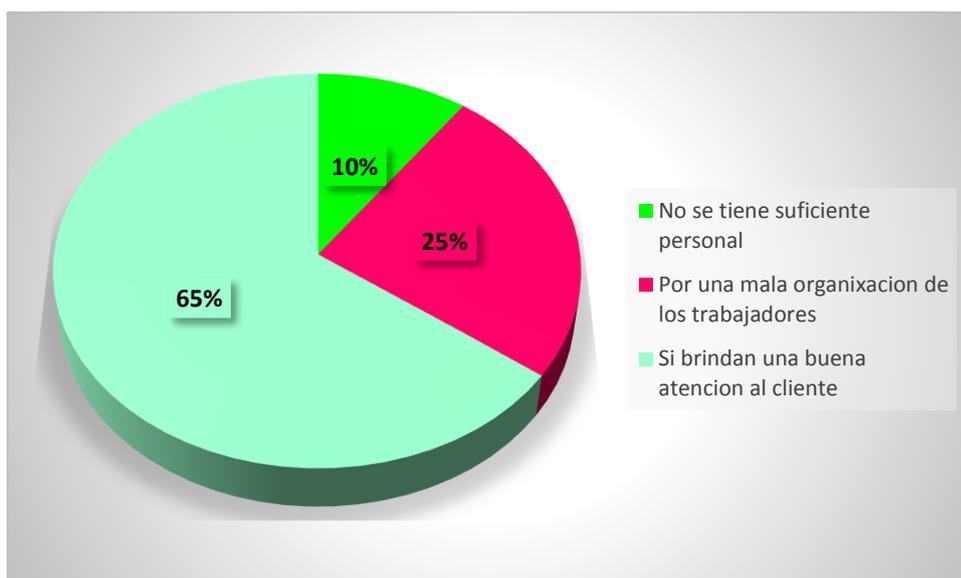


Figura 22. Está dando una mala atención al cliente.

Fuente. Tabla 3

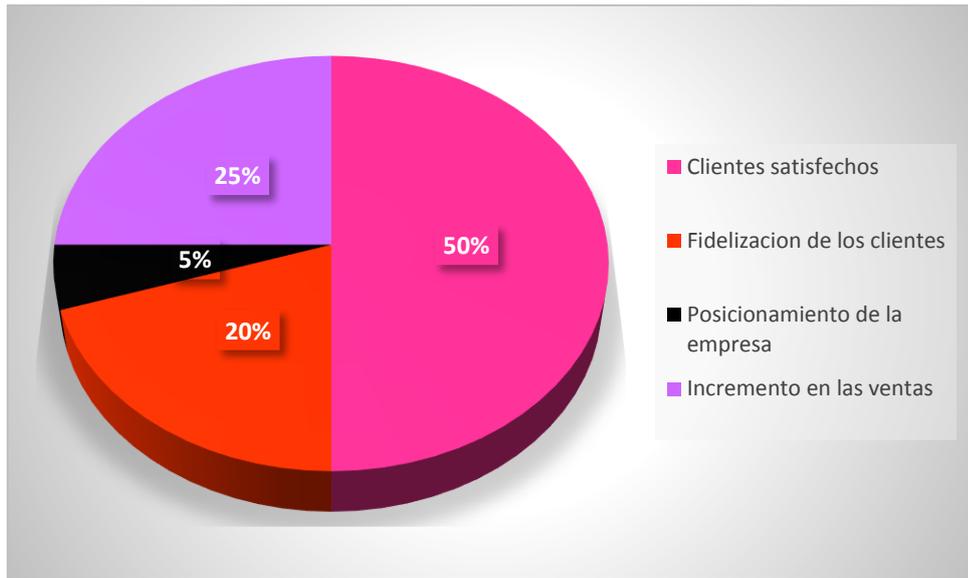


Figura 23. Resultados logrados brindando una buena atención al cliente.
Fuente. Tabla 3