



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE  
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO  
PIZZERÍAS DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, PROVINCIA  
DEL SANTA, AÑO 2017

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

**AUTOR**

BARON SANCHEZ, SOFIA CAROLINA

**ASESOR**

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

**CHIMBOTE – PERU**

**2019**

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Morillo Campos, July Yolanda

**Presidente**

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

**Miembro**

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

**Miembro**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

**Asesor**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la fortaleza necesaria para mantenerme firme durante todo mi camino, superando las dificultades a lo largo de toda mi experiencia académica.

A mi padres los seres que son mi inspiración y motivo de lucha diaria, por quienes he logrado superar cada piedra en el camino y concluir con éxito este proyecto que es el principio de un largo camino que recoger.

Agradezco infinitamente a mi asesora de tesis, Mg. Elida Adelia Estrada Díaz por sus conocimientos, orientaciones, paciencia y motivación que han permitido que logre culminar este trabajo de investigación.

## DEDICATORIA

*A mis Padres;* a Mamá que cuidó de mí y de mis hermanos cuando nos quedamos solos, y que gracias a ella sigo adelante sin desmayar en lo largo de mi carrera profesional y Papá que me estuvo cuidando y guiando desde donde este.

*A mis Hermanos;* Mónica y Jhon son el principal motivo de toda esta aventura y sin duda son mi inspiración y de esta manera quiero hacerles saber lo importante que son para mí.

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. La investigación fue de diseño no experimental- transversal. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 5 micro y pequeñas empresas, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta, obteniendo como resultado: el 60% tienen entre 31 a 50 años, el 80 % son del género masculino, el 100% tienen grado de instrucción superior universitaria, el 80% son Administradores, el 40% más el 40% tiene de 4 a 6 años y de 7 a más años en el rubro, el 60% tienen de 6 a 10 trabajadores, el 80% conoce el termino de Gestión de Calidad, el 100% conoce la Atención al Cliente, 80% conoce como técnica la evaluación, el 80% brinda Atención especializada, el 60% ha logrado el incremento en sus ventas. La investigación concluye que, la mayoría de los representantes consideran que brinda una atención regular y conocen la gestión de calidad y dicen aplicarla en su micro y pequeñas empresas pero se evidencia que no lo realizan de manera eficiente

.

Palabras Clave: Atención al cliente, gestión de calidad, micro y pequeñas empresas

### **Abstract**

The general objective of this research was to: Determine the main characteristics of quality management under the focus of customer service in micro and small businesses in the district of Chimbote, Province of Santa, in 2017. The research was non-experimental design. cross. For the collection of information, a sample population of 5 micro and small companies was used, to which a questionnaire of 23 questions was applied, through the survey technique, obtaining as a result: 60% have between 31 and 50 years, 80% are of the masculine gender, 100% have higher university education degree, 80% are Administrators, 40% more than 40% have from 4 to 6 years and from 7 to more years in the category, 60% have 6 to 10 workers, 80% know the term of Quality Management, 100% know Customer Service, 80% know how to evaluate the technique, 80% provide specialized attention, 60% have achieved the increase is your sales. The research concludes that most of the representatives know quality management and apply it in their micro and small companies but they do not do it efficiently

Keywords: customer service, quality management, micro and small businesses

## CONTENIDO

1. Título.....	i
2. Hoja de firma del jurado .....	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria .....	iii
4. Resumen y abstract .....	v
5. Contenido.....	vi
6. Índice de cuadros ,tablas y figuras.....	viii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura .....	6
III. Hipótesis .....	28
IV. Metodología.....	29
4.1. Diseño de Investigación .....	29
4.2. Población y muestra .....	29
4.3. Definición y operación de variables.....	30
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
4.5. Plan de análisis.....	34
4.6. Matriz de consistencia.....	35
4.7. Principios éticos .....	37
V. Resultados.....	38
5.1. Resultados .....	39
5.2. Análisis de Resultados .....	44
VI. Conclusiones.....	50
Aspectos complementarios .....	52
Referencias bibliográficas .....	53
Anexos.....	56

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLA 1. Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.....	43
TABLA 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.....	44
TABLA 3. Características de Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.....	45
<b>Figuras (Anexos)</b>	
Figura 1. Edad del encuestado. ....	64
Figura 2. Género de los encuestados. ....	64
Figura 3. Grado de instrucción de los encuestados.....	65
Figura 4. Grado que desempeñan los encuestados .....	65
Figura 5. Tiempo que desempeñan en el cargo los encuestados. ....	66
Figura 6. Tiempo de la empresa.....	66
Figura 7. Número de Trabajadores .....	67
Figura 8. Las personas que trabajan.....	67
Figura 9. Objetivo de Creación.....	68
Figura 10. Conoce el termino Gestión de Calidad.....	68
Figura 11. Técnicas de Gestión de Calidad conoce. ....	69
Figura 12. Dificultades tiene los trabajadores . ....	69
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.....	70
Figura 14. La gestión de la calidad contribuye a mejorar el negocio. ....	70
Figura 15. La gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivo.....	71
Figura 16. Conoce el término atención al cliente .....	71
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. ....	72



Figura 18. La atención al cliente es fundamental. ....	72
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	73
Figura 20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.....	73
Figura 21. La atención que brinda a los clientes.....	74
Figura 22. Considera usted que se está dando una mala atención .....	75
Figura 23. Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente. ....	75

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las micro y pequeñas empresas son importantes en el Perú, sin duda su labor luchadora y emprendedora destaca a favor de la economía nacional. Muchos mencionan que el Perú es cuna de emprendedores ya que cuenta con 1,7 millones de micro y pequeñas empresas, pero casi un 50% de estas corre el riesgo de extinguirse del mercado (Ruiz, 2017).

De entre todos los datos estadísticos podría decirse que las micro y pequeñas empresas están aportando, el 40% de Producto Bruto Interno del Perú ayudando así a la generación de empleo que lucha contra la pobreza de nuestro país. De todas las empresas que existen en el Perú las micro y pequeñas constituyen el 96.5% de todas ellas, se observa también que más de 1 millón de micro y pequeñas empresas son lideradas por mujeres que crecen económicamente (Portal, 2017).

Estas micros y pequeñas empresas aparecen por la situación de pobreza que había en Lima Metropolitana por esta situación fue que se adoptó un conjunto de políticas públicas que se tenían como base estrategias para la creación de empleo. Todo empieza a mediados del siglo XX, estaba el boom de las exportaciones y había una mejora en las vías de comunicaciones hasta la migraciones de zonas rurales a las zonas urbanas por lo que, los inmigrantes necesitaban alguna forma de trabajo, pero se cansaron de los oficios que solo requerían fuerza, y pasaron unos años después a hacer comerciantes (Ávila, 2011). De esa manera al pasar de los años los comerciantes pasaron a constituir el tercio de la población de Lima Metropolitana, por lo que generó el desempleo en las grandes empresas, así impulsó a muchos trabajadores a generar sus propias fuentes de empleo; debido a que el número de mypes incrementó se promulgó la Ley de Promoción y Formalización de la Micro y pequeña Empresa en el 2003.

El problema de las micro y pequeñas empresas radica en su falta de conocimiento en el mercado en cual hace que no conozcan lo que espera el cliente, la falta de producción planificada y se refleja en la ausencia de un sistema que se permita medir y controlar la calidad, la mala distribución del trabajo que genera un deficiente nivel de productividad y genera altos costos de operación (Portal, 2016). Las mypes no son inmunes a dificultades, y se observa claramente su falta de gestión

de calidad en atención al cliente, de misma forma se encuentran los países del mundo.

En España, 67% de las empresas son pequeñas y medianas empresas, para la pymes españolas, la gestión administrativa les resulta difícil, estas no cuentan con equipos especializados para realizar su trabajo, así mismo tienen una mala gestión de recursos tal es el caso que al momento de producir, no saben qué cantidad de productos requiere el cliente (Servicities, 2017). Estas empresas tampoco han realizado planes de mejora de procesos, utilizan procedimientos de producción sin ningún estudio.

No obstante en el mundo existe países que no ha llegado la certificación tales como en África y países sudamericanos aunque esto pareciera muy lejanos algunas empresas han tomado como curiosidad la gestión de calidad, el cual aumenta su interés, y espera que la calidad abarque a todos los puntos del planeta (ISO, 2016).

Los primeros rasgos de certificación y normas de calidad en México, se dio con la aparición del Ministerio de Instrucción e Industria, que tuvo y sigue siendo como objetivo la regulación y el control de los sectores de las empresas a través de normas generales y específicas. Las micro y pequeñas empresas no le toman importancia al desarrollo de la gestión de calidad por lo que no cuentan con una visión y misión establecida, solo el 10% de 500 mypes aplica un modelo de gestión de calidad que les permita competir con empresas internacionales, que si utilizan técnicas de gestión para lograr sus objetivos (Fuentes, García y Silva, 2014).

En Colombia la micro y pequeñas empresas carecen de una estructura de costos y producción, lo que impide que se haga una gestión correcta, por ejemplo en una empresa que ofrece servicios de consultoría en ingeniería percibe la llegada de la implementación de gestión de calidad por la misma exigencia del mercado, pero esta se resiste al cambio por las modificaciones que involucraría la implementación de normas de calidad. Esta empresa se resistía al cambio, más por falta de conocimiento y capacitación, porque están si sabían que ese proceso era de gran beneficio (Zapata, 2010).

En Chile, el 99% de las empresas son pequeñas y medianas, de estas el 97% tienen problemas con su gestión, falta de experiencia, dificultades en sus políticas, su gestión no es profesional, se resisten al cambio, no tienen definidos sus objetivos, cuentan con una cultura empresarial pobre y no tienen experiencia administrativa en sus organizaciones empresariales (Diban y Riquelme, 2015).

En el Perú, de todo el conjunto de micro y pequeñas, cerca del 80% son informales y dan trabajo a 8,13 millones de personas, cuya cifra ha ido aumentando tanto que, ésta el 2016 era de 7.7 millones de personas beneficiadas, que su mayoría son administradas por familiares que no cuentan con preparación y gestión administrativa necesaria para llevarla al éxito (Villar, 2017).

En Ancash, según el INEI un 88% de la población de este departamento trabaja en micro y pequeñas empresas. De este total un 69.2% trabaja en microempresas, el 9.6% en pequeñas empresas y el 9.2% en medianas empresas. Solo el 11% de la población ancashina trabaja en grandes empresas.

En el distrito de Chimbote donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de pizzerías, las cuales tienen problemas de gestión de calidad en atención al cliente, se encontró que los dueños están en una edad promedio y aseguran conocer el término gestión de calidad, pero no lo aplican de manera eficiente en su organización, es así que consideran que brindan una atención regular a sus clientes por la mala organización de sus trabajadores.

Por lo tanto se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.

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

Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Determinar las características de las micro y Pequeñas empresas del sector servicio - rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.

La investigación se justifica porque será utilizada por los representantes de las micro y pequeñas empresas para identificar y resolver los problema y/o errores que están cometiendo sin darse cuenta dentro de la gestión de calidad de su micro y pequeñas empresas.

Así mismo se justifica porque servirá para futuras investigaciones y para próximos emprendedores, brindándoles de esta forma conocimientos óptimos que conllevan a la aplicación de gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas.

Finalmente se justifica porque sirve como guía para los estudiantes que desarrollaran investigaciones similares en otros sectores, ya sean productivas o de servicio del Distrito de Chimbote y otro ámbito geográfico de la región y el país.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo. Fue no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente. Fue Transversal, porque el estudio de investigación se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo inicio y un fin específicamente en el año 2017. Fue Descriptivo, porque solo se describió las características más relevantes de las variables en estudio.

Así mismo para el recojo de información se utilizó una población muestral de 5 micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario estructurado por 23 preguntas. Obteniendo como resultado: el 60% tienen entre 31 a 50 años, el 80 % son del género masculino, el 100% tienen grado de instrucción superior universitaria, el

80% son Administradores, el 40% más el 40% tiene de 4 a 6 años y de 7 a más años en el rubro, el 60% tienen de 6 a 10 trabajadores, el 80% conoce el termino de Gestión de Calidad, el 100% conoce la Atención al Cliente, 80% conoce como técnica la evaluación, el 80% brinda Atención especializada, el 60% ha logrado el incremento es sus ventas. La investigación concluye que, la mayoría de los representantes consideran que brinda una tención regular y conocen la gestión de calidad y dicen aplicarla en su micro y pequeñas empresas pero se evidencia que no lo realizan de manera eficiente

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### Antecedentes internacionales

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger diner de Gualán, Zacapa*. Tuvo por objetivo evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán nos manifiesta que con base a la evaluación 360°. Tuvo por objetivo específicos: calcular el índice de calidad del servicio con el método Servqual, determinar la brecha de insatisfacción de los clientes, según la diferencia entre las expectativas y percepciones, y realizar una evaluación 360°, para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. Para el recojo de la información se utilizó 22 preguntas. Se presentan los resultados promedio de las valoraciones de los clientes sobre las expectativas donde el 42% de los clientes del restaurante provienen de las aldeas del municipio de Gualán, el 31% de otros municipios, principalmente de la Unión, Zacapa; el 19% del casco urbano y el 8% son viajeros frecuentes, que generalmente están de visita una vez por semana en el municipio, el 29% de los clientes visitan el restaurante 1 vez cada 4 semanas, el 24% más de 1 vez por semana, el 24% 1 vez cada 2 semanas y el 23% 1 vez por semana, El 42% respondió que fue a través de la publicidad de boca a boca y redes sociales (Facebook y Twitter), el 11% respondió que fue por radio y el 7% por cable; se presentan los resultados valores promedio para cada dimensión donde expectativa más alta es la confiabilidad (4.66), capacidad de respuesta (4.60), a dimensión de empatía (4.57), dimensión de fiabilidad (4.53), dimensión de elementos tangibles (4.45). La investigación concluye que según la evaluación realizada, el Índice de Calidad del Servicio -ICS- en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán es de -0.18, lo que indica que existe insatisfacción en los clientes por el servicio recibido. Se determinó que la brecha de insatisfacción promedio es de -0.17. En la cual la dimensión o variable con mayor insatisfacción corresponde a elementos tangibles (-0.22), seguida por capacidad de respuesta (-0.21), empatía (-0.16), fiabilidad (-0.14) y confiabilidad (-0.13). Estos valores indican que en ninguna de las cinco variables o dimensiones se superan las expectativas de los clientes. Con base a la evaluación

360° se determinó que los colaboradores comprenden las expectativas de los clientes, debido a que tienen una relación directa y permanente con ellos. Mientras que los directivos no.

Olivo y Triviño (2015) en su trabajo de investigación *Análisis del sistema de gestión de calidad del servicio en la atención del cliente de la agencia banco pichincha sucursal milagro*. Tuvo como objetivo principal Analizar la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes del Banco Pichincha, Agencia Milagro, para conocer el impacto que se genera en el mercado. Tuvo los siguientes objetivos específicos Determinar cómo la capacitación en estrategias influye en la calidad del servicio en la atención al cliente. Establecer de qué manera los procesos estratégicos orientados en la calidad influyen en el servicio al cliente. Analizar cómo la tecnología permite presentar soluciones a los procesos de atención al cliente. La metodología aplicada en la investigación es descriptiva, de campo y analítica porque para una investigación de esta índole se necesita conocer y especificar información para conocer con realidad la situación y luego analizarla. Según la encuesta aplicada a los clientes seleccionados del Banco Pichincha y la entrevista aplicada al Gerente del Banco Pichincha se concluye que el servicio de calidad y la atención al cliente son puntos muy importantes en una Institución que presta servicios, de acuerdo a las respuestas de los clientes que fueron encuestados da a conocer que el Banco Pichincha si brinda una buena atención al cliente pero a su vez no ven mal que sigan mejorando cada día para que la atención sea de excelente calidad cumpliendo al 100% la satisfacción al cliente, así también en la entrevista que se realizó al Gerente, el da a conocer que el Banco tiene como prioridad la atención del cliente porque sin ellos no se podría mantener en el mercado y ser uno de los mejores bancos en el país. En esta investigación se ha realizado un análisis de acuerdo al tema planteado dando como conclusión que: el analizar la situación en la atención al cliente que se les brinda en el Banco Pichincha Agencia Milagro se conoce que si influye el tipo de atención que se les brinda en la satisfacción que ellos se llevan y esto causa un impacto fuerte en ellos y en el mercado generándose más captación de clientes. La capacitación que se les da a los colaboradores de la institución influye demasiado en la atención al cliente porque del conocimiento de ellos depende el trato que se les va a dar al cliente y lo que realizan al momento de su



atención para que estos a su vez se vayan satisfechos. De acuerdo con las políticas de la Institución financiera se tiene y se aplican procesos estratégicos para dar una mejor atención al cliente generando satisfacción y fidelidad del cliente. A medida que avanza el tiempo avanza la tecnología y esta ofrece un sin número de actividades y procesos tecnológicos que facilitan la solución de problemas en la atención pero a su vez la dependencia de la misma puede generar clientes insatisfechos porque cuando por ejemplo falla el sistema los funcionarios de la entidad bancaria deben armar estrategias de cómo dar su atención sin causar malestar a los clientes. Los procesos de gestión de calidad en el servicio al cliente son un arma muy importante y estos a su vez influyen de manera positiva en la captación al cliente porque si se aplican de manera estratégica la satisfacción del cliente incrementará y hará posible su fidelización y captación de futuros clientes.

### **Antecedentes nacionales**

Antúnez (2017) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas en el sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huarmey, año 2017*. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en las micro y pequeñas empresas en el sector servicios, rubro restaurantes, de la ciudad de Huarmey, año 2017. Tuvo como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas en el sector servicios- rubro restaurantes de la ciudad de Huarmey, año 2017. Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas en el sector servicio- rubro restaurantes de la ciudad de Huarmey, año 2017. Determinar las principales características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del Marketing en las Micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro restaurantes de la ciudad de Huarmey, año 2017. La investigación fue de tipo no experimental - transversal- descriptivo, para él recogió de la información se empleó un cuestionario estructurado por 14 preguntas. Se obtuvo los siguientes resultados: los representantes y las características de las MYPES el 60,0% tiene entre 31 - 50 años, el 90,0% son de género femenino, el 50,0% culminó la secundaria completa, el 90,0% es dueño de su negocio, el 50,0% tiene tiempo de permanencia de 7 a más años, el 80,0% de 1 a 5

trabajadores, el 80% de las empresas son informales, el 60,0% no conoce el término de gestión de calidad, el 80,0% de los representantes aplican la técnica de atención al cliente, el 60,0% de las personas encuestadas mencionaron que tienen un aprendizaje lento para la implementación de la gestión de calidad, el 70,0% desconoce del término de marketing, el 80,0% de los representantes respondieron que es buena la atención al cliente, el 60% confirman que emplea promociones, el 50,0% menciona que a veces ayuda. Se concluye que la edad de los representantes se encuentra en de 31 a 50 años de edad, a la vez están siendo dirigidas por el género de mujeres quien además ocupan el cargo de dueñas del negocio administran correctamente porque llevan de 7 a más años en la que obtienen experiencia en su rubro ya que en su grado de instrucción académica solo culminaron la secundaria completa. Por ese motivo al pasar del tiempo han ido mejorando y aprendiendo solo el control del negocio. La mayoría de las MYPES encuestadas llevan tiempo de 7 a más años brindando sus servicios a los consumidores, como también la mayoría de las empresas son informales mencionar que los dueños mismos ejercen el laborar de administrador y contador de su empresa, eso se debe a los años de experiencia. Los dueños de las MYPES cuentan con conocimiento sobre el tema de gestión de calidad pero muy poco sobre el tema de marketing estratégico, algunos aplican las promociones pero no saben claramente sobre el tema, sus familiares que en algunos casos le ayudan están a la vanguardia del día para su rendimiento económico.

Domínguez (2017) en su investigación *Gestión de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes basada en la atención al cliente en el centro histórico de la ciudad de Trujillo, año 2017 y propuesta de mejora en la calidad*. Tuvo como objetivo general, determinar la Gestión de las Micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes basada en la atención al cliente en el centro histórico de la ciudad de Trujillo, año 2017 y propuesta de mejora en la calidad. Tuvo como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas en el sector servicios- rubro restaurantes del centro histórico de la ciudad de Trujillo, año 2017. Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas en el sector servicio- rubro restaurantes del centro histórico de la ciudad de Trujillo, año 2017. Determinar las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes

basada en la atención al cliente en el centro histórico de la ciudad de Trujillo, año 2017. Proponer un plan de mejora de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes basada en la atención al cliente en el centro histórico de la ciudad de Trujillo, año 2017. Esta investigación fue cuantitativa-descriptiva, Obteniéndose los siguientes resultados: Los empleados consideran que la gestión de la empresa es Buena en un 43% y Mala en un 7%. El 80% de los empleados encuestados, consideran que la comida es lo que se gestiona mejor en el restaurante y el 7% considera que es la infraestructura y mobiliario. El 53% de los empleados encuestados consideran que no se utiliza el proceso administrativo y el 47% indicó que sí se utiliza el proceso administrativo. El 70% de los clientes encuestados, considera que le brindan un servicio amable y cortés, y el 30% indicó que no obtiene este tipo de servicio. El 50% de los encuestados considera que la atención en el restaurante es Buena, y el 7% consideró que la atención es Mala. El 73% indicó que el restaurante superó sus expectativas y el 27% mencionó que no han sido superadas sus expectativas. El 73% indicó que sí se siente satisfecho en el restaurante y el 27% indicó que no se siente satisfecho con la atención en el restaurante. Se concluye que la gestión de la empresa es Buena y Mala en un 7%. La mayoría de los empleados encuestados, consideran que la comida es lo que se gestiona mejor en el restaurante y el 7% considera que es la infraestructura y mobiliario. La mayoría de los empleados encuestados consideran que no se utiliza el proceso administrativo y el 47% indicó que sí se utiliza el proceso administrativo. La mayoría de los clientes encuestados, considera que le brindan un servicio amable y cortés, y el 30% indicó que no obtiene este tipo de servicio. La mayoría de los encuestados considera que la atención en el restaurante es Buena, y el 7% consideró que la atención es Mala. La mayoría indicó que el restaurante superó sus expectativas y el 27% mencionó que no han sido superadas sus expectativas. La mayoría indicó que sí se siente satisfecho en el restaurante y el 27% indicó que no se siente satisfecho con la atención en el restaurante.

Ponce (2017) en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mypes del sector servicio rubro restaurantes*

*campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017.*

Tuvo como objetivo general, describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017. Tuvo como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017. Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las mypes del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental - transversal y descriptivo, para el recojo de información se contó con una muestra y población de 16 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 68.75 % de representantes tienen entre 31-50 años de edad, El 62.15 % son de género femenino, El 43.75% tienen un grado de instrucción a nivel de estudios secundarios, el 50.00 % de las MYPE tienen de 1 a 5 trabajadores, el 81.25% aplica una gestión de calidad, el 56.25% utiliza la mejora continua como técnica moderna de gestión empresarial, el 56.25% considera como prioridad para determinar la calidad en su empresa la calidad del producto, el 43.75% considera la amabilidad y buen trato como prioridad ante sus clientes, el 75% considera la competitividad al momento de contratar personal, el 93.75% no realiza capacitaciones sobre atención al cliente, el 68.75% cree que una atención de calidad contribuye en el aumento de ventas y el 56.25% considera que sus empresas cuentan con un buen clima laboral. Finalmente se llega a la conclusión que los empresarios aplican la gestión de calidad en las empresas y consideran la atención al cliente como prioridad para alcanzar los objetivos de la empresa. En cuanto a las características de la gestión de calidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, se llega a la conclusión que las MYPE en su mayoría el 81.25% aplican una gestión de calidad en sus empresas, el 56.25% utiliza como técnica moderna de gestión empresarial la mejora continua, el 56.25% considera la calidad del producto como prioridad para determinar la calidad

en sus empresas. En cuanto a las características de la atención al cliente, de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna se llega a la conclusión que la mayoría de las MYPE el 43.75% aplican la amabilidad y buen trato como prioridad en la atención de calidad, el 75% toma en cuenta la competitividad de la persona al momento de contratar personal, el 93.75% no capacita a sus trabajadores en atención al cliente, el 68.75% considera que una atención de calidad contribuye en el aumento de las ventas en las MYPE.

### **Antecedentes locales**

Rodríguez (2017) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: determinar la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Tuvo los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Describir las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Definir el nivel de fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Establecer la influencia de la Gestión de la calidad bajo el enfoque de atención al cliente y el nivel de fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Para obtener estos resultados se aplicó la metodología inductiva- deductiva. La investigación fue tipo descriptivo – correlacional, nivel aplicada, de diseño no experimental/ transversal, se utilizó una muestra de 266 clientes de una población de 214, 804 a quienes se les aplicó un cuestionario

estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 34,2 % tiene de 36 a 45 años, el 56,0 % son de género masculino, el 52,3% tienen grado de instrucción educación básica, el 100% de los encuestados consume alimentos en un restaurante de productos hidrobiológicos, el 64,7% asiste a una cevichería de 4 a 6 veces al mes, el 93,2% asiste a una cevichería en cualquier momento, el 60,2% acude a la cevichería el ajicito, el 60,2% acude a la cevichería el ajicito, el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna, el 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes, el 54,1% considera que de los dueños nunca preguntan a los clientes si están a gusto en el local, el 64,7% considera que elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad, el 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado, el 61,3% considera que los trabajadores son pacientes tomando nota, el 46,2% considera que casi siempre los trabajadores son educados y corteses, el 48,1% considera que casi siempre participaría en un concurso que realice la cevichería, el 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes, el 56,0% considera que casi siempre la cevichería resguarda la seguridad de los clientes, el 56,0% considera que casi siempre la cevichería resguarda la seguridad de los clientes, el 84,2% manifiesta que casi siempre el comportamiento de los empleados es excelente, el 75,2 % menciona que el pedido siempre llega con rapidez a la mesa, el 64,7% menciona siempre el servicio y atención recibida es bueno, el 54,1% de las empresas sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos manifiestan que en el Nivel de Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente esta mayormente en un nivel considerado como Regular, el 60,2% menciona que siempre el local tiene un ambiente cómodo y agradable, el 76,3% casi siempre recomendaría la cevichería a otras personas, el 62,4% está totalmente de acuerdo que la empresa debe brindar ofertas que llaman la atención, el 73,7% está totalmente de acuerdo que la cevichería brinde servicios de delivery, el 75,2% está totalmente de acuerdo con la relación calidad/precio de los productos, el 60,2% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos, el 67,7% menciona que la cevichería nunca baja su precio para retener a sus clientes, el 81,2% está satisfecho

con el servicio recibido por eso acude a ese lugar, el 46 % de las empresas sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos manifiestan que en la Variable Fidelización esta mayormente en un nivel considerado como Promedio. Las conclusiones a las que se llegó fueron las siguientes: La mayoría de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016, consideran que los dueños a veces sí, a veces no supervisan que la atención sea oportuna, capacitan a los trabajadores para atender a los clientes y mencionan que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad, considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes, menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno y la minoría considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. La mayoría de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, del casco urbano del Distrito de 80 Chimbote, 2016, consideran que nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos porque está satisfecho con el servicio recibido. La Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016. Esto quiere decir que gracias a la capacitación a los trabajadores para brindar una buena atención sumado a la rapidez de la entrega de los productos hace que los clientes sean frecuentes y por lo tanto se fidelicen con las empresas.

Alayo (2017) en su trabajo de investigación titulada *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017*. Tuvo como objetivo: determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPES del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Tuvo como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Determinar las principales características de la gestión de

calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Para el desarrollo del trabajo se utilizó el diseño No experimental, transversal, descriptivo. Para la recolección de datos se trabajó con 16 MYPES, a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas, del que se obtuvo los siguientes resultados: El 62,5% tienen entre 31 a 50 años, el 68,8% son mujeres, El 50% de los representantes tienen superior no universitario, el 75% se desempeñan como dueños, El 50% tienen de 7 años a más, el 43,8% de las MYPES tienen más de 7 años en el rubro, el 100% son formales, el 68,8% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 62,5% son personas no familiares, 68,8% se creó para generar ganancias, el 75% no aplican la gestión de calidad, el 50% utilizan atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, el 37,5% de las dificultades que tienen para implantar la gestión de calidad es la poca iniciativa, el 75% utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal, el 100% respondieron que sí contribuye a mejorar su negocio, el 100% conocen el término atención al cliente, el 62,5% consideran regular la atención que brindan a sus clientes, el 62,5% no los están aplicando, el 50% consideran que es fundamental la atención al cliente para que este regrese a su establecimiento, el 50% de los encuestados respondieron que es solo a veces, El 62,5% respondieron que sí creen que la empresa es eficiente, El 75% de los representantes respondieron sí, la atención permite un posicionamiento en la empresa. Se concluye que El los representantes tienen 31 a 50 años de edad, son mujeres, tienen grado de instrucción superior no universitario, son dueños, tienen de permanencia en el rubro de 7 años a más, son formales, tienen de 1 a 5 trabajadores, personas no familiares, el objetivo de creación de es generar ganancias, usan en su negocio la técnica moderna de gestión de calidad de atención al cliente, las técnicas para medir el rendimiento del personal que utilizan son mediante la observación, si creen que la empresa es eficiente cuando atiende y dan solución a los reclamos de los clientes y creen que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Ruiz (2016) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en



la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Tuvo como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. El diseño de la investigación fue no experimental - transversal, para el recojo de investigación se utilizó la forma dirigida a una muestra de 11 Mypes de una población de 17, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 64 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de 31 a 50 años. El 82 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción universitaria. El 100% ocupa el cargo de administradores. El tiempo que desempeña en el cargo es de 7 años a más. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene un número de trabajadores de 1 a 5. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene como trabajadores a personas ajenas a su entorno familiar. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar ganancias. El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas admite conocer el término de gestión de calidad. En cuanto a la gestión de calidad de la atención al cliente. El 63% de los representantes de las micro y pequeñas empresas respondieron que otros motivos para la implementación de la gestión de calidad. El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresa respondió que mide el rendimiento de su personal a través de la evaluación. El 100% de las Mypes aplica la atención al cliente como una técnica moderna. El 100% si cree que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio. El 100% si cree que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos. El 100% de los representantes de las micro y

pequeñas empresas si conoce el término de atención al cliente. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si aplica una gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cree que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas brinda una buena atención a sus clientes. El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no considera que brinda una mala atención al cliente. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indicaron que si son eficientes al atender y dar solución a sus clientes. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si cree que la atención al cliente ayuda a la empresa a tener un mejor posicionamiento en el mercado. Finalmente, se concluye que: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de una edad aproximada de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria. Son administradores y tienen un tiempo de desempeño en el cargo de 7 años a más. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el mercado de 7 años a más, con un número de trabajadores de 1 a 5 que no son familiares y tienen como objetivo de creación generar ganancias para su empresa. las micro y pequeñas empresas conocen el termino de gestión de calidad, pero no la aplican en sus establecimientos, cuentan con dificultades para implementar la gestión de calidad a profundidad, miden el rendimiento de su personal a través de la evaluación y creen que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento de su negocio y alcanzar sus objetivos y metas, admiten conocer el término de atención al cliente, aplican un servicio de gestión de calidad, creen que un buen servicio de atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese, brindan una buena atención y consideran que no están dando una mala atención, porque son eficientes al atender y en dar soluciones y que aplicando una buena atención al cliente su empresa tomara un buen posicionamiento en el mercado.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **Las micro y pequeñas empresas**

La Micro y Pequeña Empresa es una unidad económica formada tanto por una persona jurídica como natural con el fin de desarrollar actividades de transformación, comercialización, extracción o prestación de servicio, de acuerdo con la ley 28015 Ley de promoción y formalización de las micro y pequeña empresa (Emprender, 2017).

Por otro lado se consideran ciertas características de las Mypes:

- Su Administración es independiente
- Su área de operación es relativamente pequeña
- Tienes escasa especialización
- Tienen un acceso reducido a la tecnología
- Su actividad no es intensiva en capital pero si en mano de obra.

Las Mypes se clasifican por su tamaño, su número de empleados y su volumen de ventas al año; podemos encontrar las Micropequeñas empresas que tienen entre 1 y 10 trabajadores y su volumen de venta no sobrepasa de los 150 UIT (S/. 540 000); también están las pequeñas empresas que tienen entre 10 y 100 trabajadores y su volumen de venta no sobrepasa las 1700 UIT (S/. 6 120 000) (Ley 28015, 2003).

Para que una empresa sea considera como micro o pequeña empresa tiene que estar inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. Dicha inscripción se efectúa mediante a página web del Ministerio de Promoción del Empleo.

Los requisitos para inscribirse en la REMYPE, según emprender (2017) son:

- Tener RUC vigente
- Tener el usuario y la clave SOL
- Tener como mínimo un trabajador
- No pertenecer al rubro de bares, discotecas, casinos y juegos de azar

De acuerdo con estos requisitos como empresa tendría algunos beneficios tales como; asociarse para tener acceso a mercados privados y a compras estatales; tener facilidad para participar en los eventos y exposiciones regionales, nacionales e internacionales que el estado promueve.

También hay empresas que no están inscritas en la REMYPE, aquello se debe al costo que esto implica, no solo por el dinero, sino también por el tiempo que tomaría realizar el trámite. Algunas empresas no registran a sus trabajadores en planilla, por lo que comprendería costos laborales, tales como la compensación por el tiempo de servicio (CTS), seguro de salud o vacaciones.

En el Perú, nueve de cada diez empresas son micro y pequeñas (mypes) y aportan el 21.6% del PBI local, estimo la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (Comex). Sin embargo, Jessica Luna, gerente general del gremio empresarial, advirtió que el 83.1% del total de micro y pequeñas empresas del país son informales.

Este tipo de organizaciones laboran 7,7 millones de personas, 66.5% de los cuales no tienen una remuneración ni mucho servicios como seguro de salud o sistema pensional. Esta realidad responde a que el 72.5% es mano de obra familiar. La legislación tributaria y laboral les otorga beneficios a las Mypes, se han creado esquemas de pago único, reduciendo al mínimo los trámites. Sin embargo, a pesar de esto, los resultados en formalización, entendido como aquel negocio que cuenta con RUC, son insatisfactorios. El estado también tiene programas de desarrollo productivo vinculados a este sector, por el lado de gestión empresarial, calidad, apoyo crediticio, etc.

### **Gestión de Calidad**

El Sistema de Gestión de calidad ayuda a orientar a una organización a analizar las necesidades de sus clientes, contar con un personal motivado y con preparación especializada, definir los procesos para la producción y la prestación de servicios.

La gestión de calidad es el resultado de las acciones que realizan las empresas para mejorar sus procesos, de esta manera se optimizan las labores al momento de fabricar, diseñar, distribuir y vender los esfuerzos que se reflejan en el nivel de satisfacción de los clientes (ISO 9001, 2017). Es una herramienta fundamental para el desarrollo tanto económico, no solo de las empresas que implementan sus sistemas de gestión, sino también para su sector de actividad. Así mismo la gestión de calidad brinda una oportunidad clave, no solo para planificar los procesos sino también para establecer mecanismos, seguimiento y mejoras en el sistema que brindan las empresas.

Según ISO 9001 (2017) menciona dos categorías para la gestión de calidad:

- Capital Humano: son las personas las responsables de ejecutar, monitorizar y realizar la gestión, es por eso que las organizaciones deben invertir en recursos para su formación y de esa manera realizar sus tareas con eficiencia.
- Recursos Técnicos: son las maquinas, herramienta o dispositivos que apoyan al personal para realizar sus tareas. Para ello se tiene que implementar la gestión de calidad realizando un buen mantenimiento, limpieza y actualización de las maquinarias.

La Gestión de la calidad puede tener varias ventajas, como la reducción de costos que se asocian a los procesos y productos y que mejoran la imagen externa de nuestra organización, de ese modo se aumenta la presencia de las empresas en el mercado para mejorar en la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Según ISO 9001 (2017) menciona los elementos básicos para la gestión de calidad:

- Aumentar el enfoque al cliente: porque será el primer evaluador de la calidad de nuestro servicio o producto y es necesario que cumpla sus expectativas.
- Disminuir la incertidumbre: mediante la evaluación de riesgos.
- Dirección de la organización: desde ahí parte para que todo el personal de la organización trabaje con un correcto sistema de gestión de calidad.
- Tener los objetivos claros: sin ellos no tendremos claro que realizar ni que corregir, por eso es una tarea fundamental dentro de la gestión de calidad

- Comunicación interna: todos los que conforman la organización deben tener herramientas para un buen sistema de comunicación y así evitar que mala información llegue a otros componentes de la empresa.
- Evaluación continua: todo debe estar desarrollado con etapas de estrategias para alcanzar los objetivos de la organización
- Mejora continua: para evitar desviaciones o posibles errores se implementa procesos de mejora.

En la actualidad, primordialmente en los momentos de dificultad económica que atravesamos, multitudes de organizaciones omiten sus sistemas de gestión de calidad por lo que tiene necesidad de reducir sus gastos para seguir manteniendo a flote sus negocios, esto puede implicar que sus productos o servicios que brindan se vean comprometidas, ya que al eliminar la gestión, estamos eliminando parte de la capacidad de planificación.

Según BSI Group (2017) los beneficios de la gestión de calidad son los siguientes:

- Permite transformarse en un competidor más estable en el mercado
- Ayuda a satisfacer las necesidades del cliente.
- Tener maneras más eficientes de trabajar y ahorrar tiempo y dinero
- Reducir los errores y aumentar las utilidades
- Motivar al personal con procesos más eficaces
- Ganar cliente por un buen servicio
- Ampliar las oportunidades de negocios

El control de la calidad, lleva a cabo un conjunto de operaciones para mantener la estabilidad y evitar cambios adversos. Para medir la estabilidad, se mide el desempeño actual y estos se comparan con las metas establecidas para tomar acciones en los errores que encuentren. La mejora de la calidad constituye al grupo de actividades que llevan a la organización hacia un cambio benéfico, es decir, lograr mayores niveles de desempeño.

Por ultimo hay que destacar que en una implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad muchas veces se requiere que hayan cambios en algunos

elementos culturales de la organización, pues como muy bien dijo Albert Einstein: “Si quieres lograr resultados diferentes, tienes que hacer cosas diferentes”.

### **Atención al cliente**

Con el pasar de los años la competencia de servicios o productos, que ofertan las empresas en el mercado, día a día aumenta, los consumidores se hacen más exigentes, si bien en cierto, ya desde antes se buscaba calidad en los productos además de los buenos precios, pero hoy también requieren un servicio al cliente. La atención al cliente que brinda una empresa se relaciona con la atención que se da al instante en que el cliente tiene una consulta, algún reclamo, pedido, venta o entrega de un producto (Crece negocios, 2015). Podría decirse que la atención al cliente es la respuesta inmediata que se le da al cliente, cumpliendo con sus expectativas.

Tener un excelente servicio y atención al cliente involucra experiencia de marca, fidelidad, sentimiento de pertenencia; todo eso conlleva a que si tuviste una buena relación con la marca lo recomendarían a los demás. El servicio de atención al cliente es la herramienta que utilizan las empresas para estar en contacto con sus clientes, se esa forma garantizar que el producto o servicio, llegue satisfactoriamente al consumidor (Raffino, 2017). Bien se dice que cuando se hace un buen trabajo hay que saber reconocerlo, recomendarlo y aprender de sus acciones para que nuestros servicio sean mejores cada día.

El que proporcionemos al cliente un buen servicio abre la posibilidad de difundir la imagen de cualquier empresa que queramos emprender, obteniendo información actualizada y concreta del sector, dando pie a que las empresas inviertan en publicidad y así sus ventas crezca o mantengan su imagen. La atención al cliente puede ser definida como un grupo de tareas que desarrollan las entidades orientadas al mercado, dirigida a la satisfacción de las exigencias de los consumidores identificando la perspectiva que deseen obtener, de cuan alta es probabilidad de sus exigencias, con fin de poder satisfacerlas totalmente llegando en el instante preciso (Porporatto, 2015). La buena relación con el cliente conlleva a una ventaja competitiva, ya que los productos o el servicio puede que sean similares en

tecnología u otras características, pero el factor que destaca, es el trato que se le brinda a los clientes.

### **Factores que influyen a la atención al cliente:**

- La Amabilidad: influye el cómo tratamos a nuestros clientes, si somos amables, cordiales, serviciales (Crece negocio, 2015). Al llegar un cliente al establecimiento o empresa, los trabajadores saluden amablemente, sonrían de forma que le haga saber que estamos para servirlo, que se sienta que estamos interesados en satisfacerlo con nuestros productos o el servicio que brindemos
- Servicio personalizado: Cuenta con una atención directa, donde se tiene en cuenta los gustos y preferencias del cliente (Crece negocio, 2015). Cuando un trabajador atiende de manera constante y acompaña en todo el proceso de adquisición al cliente y le brinda productos diseñados de acuerdo a su necesidad de satisfacción y gustos, es ahí donde el servicio se vuelve personalizado.
- Rapidez: Es la velocidad en que se toma y entrega un producto o en la que se le atiende un reclamo o consulta (Crece negocio, 2015). Para el cliente el poder conseguir más rápido sus productos es primordial, exige procesos simples y eficientes que faciliten la entrega de lo que necesita.
- Ambiente: Tiene que ser agradable y acogedor para que se sienta a gusto (Crece negocio, 2015). Influye sobre manera también más allá de ser amable y cordial, es la decoración de local e incluso el tipo de iluminación hasta la música.
- Comodidad: hace referencia a comodidad de los espacios y como se siente el cliente al momento de pisar el local (Crece negocio, 2015). El establecimiento tiene que contar con ambiente de espacio amplios, sillas y mesas cómodas, también es necesario que cumpla su necesidad como cochera o un lugar donde guardan sus pertenencias.
- Seguridad: el local tiene que contar con seguridad en todas las áreas (Crece negocio, 2015). Cuando se cuenta con un personal de seguridad, las zonas



de seguridad establecidas y marcadas, bien señaladas las zonas de escape, botiquín de emergencia, todo que haga seguro el local para el cliente.

- Higiene: se habla principalmente del aseo de los baños e incluso de los trabajadores, que estén bien aseados y cuenten con uniformes limpios (Crece negocio, 2015).

La atención al cliente también requiere un estudio el cual desencadena una serie de acciones que requiere el consumidor de acuerdo al tiempo, entre ellas tenemos : la planificación temporal de servicio; que se activan por momentos en una época del año, la renovación de necesidades; este servicio suele darse cada cierto tiempo que se requiera una comprobación sobre la atención al cliente, y el Feedback de cliente, donde se definen las estrategias que más resulten para la buena atención en cual se emplea encuestas que midan el grado de satisfacción (Raffino, 2017).

Lo importante es lograr que la experiencia del cliente sea la mejor, no basta solo ofrecen un buen servicio o producto, sino cumplir sus expectativas, si lo hacemos de manera diferente puede que nos genere pérdidas y una mala reputación. Busquemos la confianza del cliente, una buena relación, que éste nos sea leal y cumplir con sus necesidades.

### **Características para la atención al cliente**

Según Violante (2015) menciona cinco características para lograr un servicio de atención al cliente

- Ser honesto: el cliente quiere conocer todo lo que ocurre con el producto o servicio que va adquirir y es por eso que no se debe exagerar o agregar características solo por vender más, lo único que creara es desilusionar a las personas que tienen los productos y ya no querrán volver.
- Cumplir: cuando ofrecemos un producto y si hemos prometido algo adicional al servicio debemos cumplir y que el producto también cumpla las expectativas del cliente.
- Ser transparente: no marear al usuario, con referencias innecesarias, el trato debe ser directo de manera que este quede satisfecho.

- Ser predecible: saber qué es lo que el cliente requiere y dárselo sin que se nos pida eso nuestra la atención que le estamos brinda cuando llega a nuestro establecimiento
- Honrar tu palabra: si se tiene que cambiar o mejorar algún producto, debe hacerse y así no faltar a la ética, porque si dice al cliente que le producto es bueno, el producto tiene que ser bueno. No solo por querer ahorrar faltaremos a nuestra palabra y puede que los productos no agraden al cliente.

La satisfacción de los clientes es uno de los productos más significativo en la prestación de servicios en buena condición. De modo que esta influye de manera considerable en el comportamiento del consumidor y obedece no solo a la calidad que se ofrece del servicio sino también de lo que espera el cliente del producto o servicio.

Para conservar más clientes es fundamental que tratemos muy bien a nuestros clientes basándonos en la amabilidad teniendo como propósito satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Como se menciona nunca debemos hacer esperar a un cliente o incluso cuando estemos por teléfono, debemos de regresar la llamada cada 30 segundos para que ellos sepan que lo estamos atendiendo.

### **Importancia de Atención al Cliente**

Cuando un cliente encuentra el producto que buscaba, y además recibe un buen servicio al cliente, queda satisfecho y esa satisfacción hace que regrese y vuelva a comprar, y es muy probable que nos recomiende, el evitar que el cliente sea mal atendido y procurar que reciba un buen servicio hará que logre la fidelización, y así diferenciarnos del resto (CreceNegocios, 2015).

El servicio al cliente debe significar una diferencia por encima de la competencia y ser usada como herramienta para las ventas. La clientela requiere mayor atención y en muchas ocasiones se le exige a las empresas, de esta forma se gana la fidelización, ya que es más costoso atraer un nuevo cliente que mantener a uno existente (Raffino, 2017).

### 2.3. Marco Conceptual

#### **Definición de la micro y pequeña empresa.**

La micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios

#### **Definición de Gestión de Calidad**

La Gestión de Calidad, es la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de las ofertas usadas como herramientas para la planificación, la ejecución y la evaluación de los proyectos empresariales con la calidad con fin. Se puede usar distintas metodologías, técnicas y estrategias para cumplir los objetivos establecidos.

#### **Definición de Atención al cliente**

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. Un cliente es una persona o grupo de personas que recibe el trabajo que realizamos. Puede ser un producto o servicio interno o externo.

- **Cliente interno:** es alguien que trabaja en la empresa y depende del para bajo de otros empleados para hacer su propio trabajo.
- **Cliente externo:** es alguien que no trabaja para la organización, pero que recibe o es impactado por sus productos o servicio.

#### **Chimbote**

Paisaje propio de los centros urbanos o ciudades. Están determinados por la cantidad de habitantes o por su sector económico dominante. Su principal característica del espacio rural es su población, su alta densidad de población y su extensión. Además se caracterizan por sus funciones urbanas, como son las económicas y el empleo de los sectores. Este espacio tiene en su territorio la influencia de servicios de todo tipo: burocráticos, culturales, educación, financiero,

etc. Además esta demandado de viviendas, de locales comerciales, centros de esparcimiento, parques, etc.

Chimbote, ciudad peruana, capital de la provincia del Santa, ubicada en el departamento de Ancash. Se sitúa a orillas del océano pacífico en la bahía, actualmente, según datos de la INEI, cuenta con una población de 317 012 habitantes, siendo la más poblada de la región de Ancash

### **III. HIPÓTESIS**

La presente investigación “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías en el Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017” fue de tipo descriptivo por lo que no se planteó hipótesis.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de Investigación**

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

- Fue no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variable gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente, el cual describió el fenómeno tal y como se encuentra dentro de su contexto sin sufrir ningún tipo de modificaciones en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa.
- Fue transversal, porque el estudio de investigación de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del santa se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en el año 2017.
- Fue descriptivo, porque solo se describió las características más importantes de la variable gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa.

### **4.2. Población y muestra**

#### **Población**

En la investigación se utilizó una población de 5 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.

#### **Muestra**

En la investigación se utilizó una muestra de 5 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017. La información se obtuvo mediante la técnica del sondeo.

### 4.3. Definición y operación de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDISIÓN
Perfil de representantes de las micro y pequeñas empresas.	Personas que actúan en representación y está al frente de la micro, pequeña y mediana empresa.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son aquellas personas de edades distintas, así como de géneros diferentes, con distintos grados de instrucción que asumen un cargo desempeñándose en un tiempo determinado.	Edad	- 18-30 - 31-50 - 51 a más	Razón
			Sexo	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de Instrucción	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior No Universitaria - Superior Universitaria	Ordinal
			Cargo	- Dueño - Administrador - Gerente	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	- 0 a 3 - 4 a 6 - 7 a más	Razón

VARIABLE	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDISIÓN
Perfil de las micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas en el Perú juega sumamente importante en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la gran fuente generadora de empleo para muchos pobladores y un importante agente dinamizador del mercado promoviendo una estrategia adecuada para contribuir con el mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad local, nacional e internacional	Una micro y pequeña empresa para el desarrollo de sus actividades debe de tener permanencia en el mercado, así mismo tendrá un número de trabajadores donde podrían estar conformadas por personas familiares o lo contrario a ello, con la finalidad de lograr sus objetivo	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más	Razón
			La empresa tiene:	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Nominal
			Las personas que trabajan en su empresa son:	- Familiares - Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de Creación	- Generar ganancia - Subsistencia	Nominal



VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDISIÓN
Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	La gestión de calidad es el resultado de las acciones que realizan las empresas para mejorar sus procesos, de esta manera se optimiza las labores al momento de fabricar, diseñar, distribuir y vender los esfuerzos que se reflejan en el nivel de satisfacción de los clientes.	La gestión de calidad se relaciona con la aplicación de técnicas administrativas, con el fin de afrontar las dificultades en su implementación, utilizando técnicas de medición de rendimiento al personal, así mismo siendo este el uso de la gestión de calidad para el rendimiento del negocio, para lograr sus objetivos debe conocer el término de atención al cliente	Conoce el término gestión de calidad	- Si - No - Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de gestión de calidad conoce	- Benchmarking - Atención al cliente - Empowerment - Las 5 s - Outsourcing	Nominal
			Dificultades tienen los trabajadores que impiden las implementación de gestión de calidad	- Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del tema	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento	- La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación 360	Nominal
			La gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio	- Si - No	Nominal
			La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos	- Si - No - A veces	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDISIÓN
Atención al cliente es las micro y pequeñas empresas	La atención al cliente es el conjunto de actividades y procesos que permite establecer políticas de calidad para una gestión de calidad	La atención al clientes es el proceso que promueve y busca satisfacer la necesidad o deseo de todos los clientes al adquirir un producto o servicio de calidad y así lograr brindar eficientemente el beneficio para el consumidor y el beneficio económico y financiero para la empresa al lograr sus objetivos o metas.	Termino de atención al cliente	- Si - No	Nominal
			Aplica la gestión de calidad	- Si - No	Nominal
			La atención al cliente es fundamental	- Si - No	Nominal
			Herramientas que utiliza para la calidad	- Comunicación - Confianza - Retroalimentación	Nominal
			Factores para la calidad del servicio	- Atención personal - Rapidez de entrega - Las instalaciones	Nominal
			La atención que brinda a sus clientes	- Buena - Regular - Mala	Nominal
			Considera usted que se está brindando una mala atención al cliente	- No tiene suficiente personal - Por la mala organización de los trabajadores - Si brinda una buena atención	Nominal
			Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente	- Cliente satisfechos - Fidelización - Posicionamiento - Incremento en las ventas	Nominal

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

En el presente trabajo de investigación, se utilizó la técnica de la encuesta, la cual estará dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017, cuya finalidad fue recoger información necesaria para la elaboración del trabajo de investigación.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario estructurado con 23 preguntas, donde 5 de ellas fueron dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 sobre las micro y pequeñas empresas y las 14 preguntas relacionadas sobre la variable gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente. Las preguntas fueron dicotómicas, de intervalo, de alternativas múltiples, etc.

#### **4.5. Plan de análisis**

Para el trabajo de investigación después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta, se utilizó para el procesamiento y análisis de datos, el programa Microsoft Excel, que permitió los resultados estadísticos de la encuesta; para el análisis de los resultados se utilizó el programa Microsoft Word, permitiendo realizar la descripción de la investigación, así mismo se utilizó el PDF para presentar del trabajo de investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumento
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017?	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro pizzerías del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro</li> </ul>	Gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente	<p><b>Población:</b> La población estuvo conformada por 5 micro y pequeñas empresas ubicada en Chimbote. La muestra estuvo conformada por 5 micro y pequeñas empresas ubicada en Chimbote</p>	<p><b>Diseño:</b> <b>Fue no experimental</b> porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente, <b>Fue transversal</b> se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en el año 2017. <b>Fue descriptivo,</b> porque solo se describió las</p>	<p><b>Técnica</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento</b> Cuestionario</p>

	<p>pizzerías del Distrito de Chimbote, Provincia de Santa, año 2017</p> <p>- Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, del sector servicio – rubro pizzerías del Distrito de Chimbote Provincia del Santa, año 2017</p> <p>- Determinar las características de la gestión de calidad bajo</p>			<p>características más importantes de la variable gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente</p>	
--	--	--	--	---	--

	<p>el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pizzerías del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017</p>				
--	---	--	--	--	--

**4.7. Principios éticos**

En este presente trabajo se tuvo en cuenta la ética profesional del investigador como protección a las personas, beneficencia y no maleficencia, justicia, integridad científica, consentimiento informado y expreso que son los principios más importantes para llevar a cabo la investigación.

- **Protección a las personas:** Se respetó la identidad, la diversidad y la privacidad.
- **Beneficencia y no maleficencia:** Se aseguró el bienestar de las personas que participan en las investigaciones.
- **Justicia:** Se ejerció un juicio razonable, tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus géneros, y sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas.
- **Integridad científica:** Se rigió no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.
- **Consentimiento informado y expreso:** se contó con la manifestación de voluntad, informada, libre y específica mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el trabajo de investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.*

Datos Generales	N	%
<b>Edad</b>		
18 – 30 años	2	40.00
31 – 50 años	2	40.00
51 a más años	1	20.00
Total	5	100.00
<b>Genero</b>		
Masculino	3	60.00
Femenino	2	40.00
Total	5	100.00
<b>Grado de Instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	0	0.00
Superior no universitaria	0	0.00
Superior universitaria	5	100.00
Total	5	100.00
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	1	20.00
Administrador	4	80.00
Total	5	100.00
<b>Tiempo que desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	1	20.00
4 a 6 años	2	40.00
7 a más años	2	40.00
Total	5	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.



**Tabla 2**

*Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.*

De las empresas	N	%
<b>Tiempo de la empresa</b>		
0 a 3 años	1	20.00
4 a 6 años	2	40.00
7 a más años	2	40.00
Total	5	100.00
<b>Número de Trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	2	40.00
6 a 10 trabajadores	3	60.00
11 a más trabajadores.	0	0.00
Total	5	100.00
<b>Las personas que trabajan</b>		
Familiares	1	20.00
Personas no familiares.	4	80.00
Total	5	100.00
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar ganancia	5	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	5	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

**Tabla 3**

*Características de Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.*

Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	N	%
<b>Término Gestión de Calidad</b>		
Si	4	80.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	1	20.00
Total	5	100.00
<b>Técnicas modernas de gestión de calidad</b>		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	5	100.00
Empowerment	0	0.00
La 5 s	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	5	100.00
<b>Dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	3	60.00
Aprendizaje lento	1	20.00
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	1	20.00
Total	5	100.00
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	1	20.00
La evaluación	4	80.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	0	100.00

*Continúa...*

**Tabla 3**

*Características de Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.*

Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	N	%
La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos trazados por la empresa		
Si	5	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	5	100.00
Término atención al cliente		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
La gestión de calidad se aplica en el servicio que brinda a sus clientes		
Si	5	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	5	100.00
La atención al cliente es fundamental		
Si	5	100.00
No	0	0.00
Total	5	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	5	100.00
Confianza	0	0.00
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
TOTAL	5	100.00

*Continúa...*

**Tabla 3**

*Características de Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2017.*

	N	%
Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente		
<i>Concluye.</i>		
Principales factores para un servicio de calidad		
Atención personalizada	4	80.00
Rapidez en la entrega de los productos	1	20.00
Las instalaciones	0	0.00
Total	5	100.00
La atención que brinda a los clientes		
Buena	1	20.00
Regular	4	80.00
Malo	0	0.00
Total	5	100.00
La mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una mala organización de los trabajadores.	4	80.00
Si brindan una buena atención al cliente	1	20.00
Total	5	100.00
Resultados de una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	1	20.00
Fidelización de los clientes	1	20.00
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incremento en las ventas	3	60.00
Total	5	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzería del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2018.

## 5.2. Análisis de Resultados

### **Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2017.**

Edad de los representantes: El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años (tabla 1); esto coincide con los resultados que obtuvo Alayo (2017), debido que el 62,5% tienen 31 a 50 años de edad, así mismo coincide con los resultados de Ruiz (2017) donde el 64% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años de edad, de la misma forma coincide con Antúnez (2017) que tiene como resultado que el 60% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años de edad; de igual manera coincide con Ponce (2017) donde el 68.75% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años de edad. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas son generalmente personas adultas que se dedican a su trabajo ya que a esta edad algunos ya tienen familia y velan por ella.

Género de los representantes: el 80 % de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas son del género masculino (tabla 1); por lo que coincide con Ruiz (2017) donde en sus resultados da que el 82% de los encuestados son del género masculino, por el contrario contrasta con los resultados de Alayo (2017), debido que el 68.8% de los encuestados del género femenino, así mismo contrasta con Antúnez (2017) donde el 90% son de género femenino, también contrasta con Ponce (2017) que tiene como resultado que 62.5% son de género femenino. Está claro que en la presente investigación en el rubro de pizzería los hombres lideran el mercados, más que la mujeres, pero también se da el caso que algunas empresas los que están a cargo son mujeres, esto se debería ya a la igual de género que tenemos hoy en día en la sociedad, donde todos somos capaces de liderar una empresa si estamos bien preparados.

Grado de instrucción de los representantes: el 100% de los encuestados tienen grado de instrucción superior universitaria (tabla 1); de esa forma coincide con Ruiz (2017) donde el 100% de los encuestados tiene educación universitaria, por forma contraria contrasta con Ponce (2017) donde el 47.75% tiene educación secundaria, así mismo

contrasta de Antúnez (2017) donde el 50% de los encuestados culminó su secundaria completa. De acuerdo con los resultados gran parte de los representantes tienen culminados sus estudios superiores y están totalmente capacitados para emprender un negocio, de igual manera quienes culminaron secundaria tienen un habilidades para hacer crecer una empresa, la cual si se capacitaran tendrían mejores resultados.

Cargo que desempeñan los representantes: el 80% de las personas que fueron encuestadas son Administradores (tabla 1); por lo que coincide con Ruiz(2017) donde se conoce que el 100% de los encuestados fueron administradores; por lo contrario contrasta con Antúnez (2017) ya que 90% de los encuestados fueron los dueños de las micro y Pequeñas empresas, de igual manera contrasta con Alayo (2017) donde el 75% de los encuestados se desempeñan como dueños, así mismo contrasta con Ponce (2017) donde el 62,5% de los encuestados desempeñan el cargo de dueños. Mediante estos resultados es claro que en la presente investigación se logró contactar solo a los administradores, mas no a los dueños, ya que ellos están más presentes en las Micro y Pequeñas empresas, así mismo su experiencia les hará permanecer en el mercado, pero esto no es seguro ya que el mercado es cambiante.

Tiempo el cargo de los representantes: el 80% de los encuestados desempeñan el cargo de 4 a más años (tabla 1); por lo que coincide con Ruiz (2017) en el 100% de los encuestados desempeñan su cargo en el tiempo de 7 años a más. Sin duda las Micro y Pequeñas empresas ya tiene buen tiempo en el mercado y usando las técnicas administrativas adecuadas pueden seguir creciendo día a día.

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2017.**

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: el 80% de las Micro y Pequeñas Empresas tiene de 4 a más años de tiempo en el rubro (Tabla 2); por lo que coincide con Antúnez (2017) donde el 50% de las Micro y Pequeñas empresas tienen tiempo de permanencia de 7 a más años en el rubro, asimismo coincide con Alayo (2017) en donde el 43.8% de las Micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro; también coincide con Ponce (2017) donde el 87.5% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las

empresas ya tienen buen tiempo en el rubro por lo que se deduce también una buena experiencia.

Número de Trabajadores: el 60% de las Micro y Pequeñas Empresas, tienen de 6 a 10 trabajadores (tabla 2); de esa forma contrasta con Ruiz (2017) donde el 100% de las Micro y Pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, así mismo contrasta también con Ponce (2017) donde el 50% de las Micro y Pequeñas Empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, de igual manera contrasta con Alayo (2017) donde el 68.8% tienen de 1 a 5 trabajadores, también contrasta con Antúnez (2017) donde el 80% también tienen de 1 a 5 trabajadores. Los resultados demuestran que las empresas tienen entre 1 a 10 trabajadores, debido que las empresas son pequeñas y necesitan una cantidad regular de empleados para realizar su funciones.

Las personas que trabajan en su empresa son: el 80% de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas son personas no familiares (tabla 2); coincide con Ruiz (2017) donde el 100% de los encuestados que trabajan son personas no familiares, por el contrario contrasta con Ponce (2017) donde el 75% de las micro y pequeñas empresas contratan de acuerdo a la competitividad de las personas. Lo mencionado corrobora que en los representantes de las Micro y Pequeñas empresas contratan personal alejadas de su entorno familiar.

Objetivo de creación: el 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creados para generar ganancia (tabla 2); estos resultados coincide con Ruiz (2017) quien manifiesta que el 100% de las Empresas tiene como objetivo de creación el generar ganancia. Esto demuestra que todas las Micro y Pequeñas empresas tiene como objetivo de creación el generar ganancia y liderar también el mercado.

**Tabla3. Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2017.**

Termino Gestión de Calidad: el 80% de las micro y pequeñas empresas conoce el término de gestión de calidad (tabla 3); estos resultados coincide con Ruiz (2017) donde menciona que 91% de las Mypes encuestadas si conocen el término de gestión

de calidad, por el contrario contrasta con Antúnez (2017) quien menciona que el 60% no conoce el término de gestión de calidad; Lo mencionado demuestra que la mayor parte conformada por las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: el 100% de las micro y pequeñas encuestadas conocen la atención al cliente (tabla 3); los resultados coinciden con Ruiz (2017) quien menciona que el 100% conoce la técnica administrativa de Atención al Cliente, de igual manera coincide con Alayo (2017) que menciona que el 50% conoce la atención al cliente como técnica moderna, por lo contrario contrasta con Ponce (2017) que a su vez expone que el 56.25% conoce el Término de Mejora Continua. Esto demuestran que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas conocen la atención al cliente como técnica moderna de la Gestión de Calidad.

Dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad: el 60 % de las Mypes encuestadas mencionan que la poca iniciativa impiden la gestión de calidad (tabla 3); estos resultados coincide Alayo (2017) que menciona que el 37.5% de las dificultades que tiene la gestión de calidad es la poca iniciativa, por el contrario, contrasta con Ruiz (2017) quien expone que el 63% de los representantes de las Mypes Encuestadas Respondieron otros motivos para la implementación de gestión de calidad. Estos resultados indican que las Mypes tienen dificultades para implementar la gestión de calidad en su empresa.

Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce: el 80% de los encuestados conoce como técnica a la evaluación (tabla 3); Estos resultados coinciden con Ruiz (2017) quien manifiesta que el 55% de los encuestados conoce como técnica a la evaluación para medir el rendimiento de su personal; por lo contrario contrasta con Alayo (2017) que menciona que el 75% utiliza la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal. De esta forma se determinó que los representantes de las Micro y Pequeñas empresas utilizan la evaluación como técnica para medir el rendimiento de su personal, de esa forma ven sus debilidades y fortalezas para luego implementar un programa de capacitación y hacer más óptimo el servicio.



La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: el 100% de los representantes de la Micro y Pequeñas empresas menciona que si contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio (tabla 3); estos resultados coinciden en su totalidad con Alayo (2017) quien menciona que el 100% de los encuestados dijeron que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del su negocio; de igual manera los resultados coinciden con Ruiz (2017) donde menciona que el 100% de los representantes respondieron la Gestión de Calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del personal. Esto demuestra que en su totalidad los representantes están de acuerdo en que la gestión de calidad si contribuye a la mejora del rendimiento su negocio y no dudan en aplicarla

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa: el 80% de los representantes de la Micro y Pequeñas empresas menciona que Si ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa (tabla 3); estos resultados coinciden con Alayo (2017) quien menciona que el 100% de los encuestados dijeron que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas de su empresa; de igual manera los resultados coinciden con Ruiz (2017) donde menciona que el 100% de los representantes respondieron la Gestión de Calidad Si ayuda a alcanzar los objetivos y metas que la empresa a trazado desde que se creó. De esta forma los resultados determinaron que los representantes de la Micro y Pequeñas están de acuerdo que la Gestión de Calidad Si ayuda a alcanzar los objetivos y metas que la empresa se ha trazado.

Término atención al cliente: el 100% de los encuestados respondieron que si conocen éste término (tabla 3); estos resultados coinciden en su totalidad con Ruiz (2017) quien menciona el 100% de los encuestados respondieron que si conocen el termino de Atención al cliente; así mismo coincide con Alayo (2017) quien menciona también que el 100% de los encuestados respondieron que si conocen el termino de atención al cliente. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de atención al cliente.

Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes: el 100% de los encuestados aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a su clientes (tabla 3); estos resultados coinciden con Ponce (2017) quien menciona que 81.25% de los encuestados aplican una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas; de igual manera coincide con Ruiz (2017) quien menciona que el 100% de los encuestados si aplica la gestión de calidad en su servicio, por el contrario contrastan con los resultado de Alayo (2017) quien menciona que el 62.5% de los encuestados no aplican la gestión de calidad en sus servicios. Los resultados determinan que en su totalidad los representantes de las Micro y pequeñas empresas respondieron que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.

La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento: el 100% de los encuestados respondieron que Si es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento (tabla 3); los resultados coinciden en su totalidad con Ruiz (2017) quien menciona que el 100% de los encuestados Si cree que la atención al cliente es funda mental para que éste regrese a su establecimiento, por el contrario contrasta con Alayo (2017) quien menciona el 50% de los encuestados creen que a veces la atención al cliente es fundamental para hacer volver al cliente. Esto demuestra que la totalidad de los encuestados Si creen que la atención al cliente es funda mental para fidelizar al cliente y de esta forma hacer que vuelvan a prestar el servicio en su empresa.

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad: el 100% utiliza la comunicación para un servicio de calidad (tabla 3); los resultados contrastan con Ponce (2017) quien menciona que el 56.25% de los encuestados utilizan la calidad del producto con herramienta para su servicio. De esta forma se determina que en su totalidad de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas utilizan la comunicación para brindar un servicio de calidad a sus clientes.

Principales factores para la calidad al servicio: el 80% brinda Atención especializada (tabla 3); los resultados contrastan con Ponce (2017) quien menciona que 43.75% tiene como principal factor para brindar un servicio de calidad es Amabilidad y buen trato. Esto demuestra que los representantes de las Micro y pequeñas empresas

tienen como factor principal la Atención personalizada para la calidad al brindar sus servicios.

La atención que brinda a los clientes: el 80% de los encuestados respondieron que es Regular (tabla 3); los resultados coincide con Alayo (2017) quien menciona que el 62.5% de los encuestados brinda una atención regular a sus clientes, por el contrario contrasta con Ruiz (2017) quien menciona que el 100% de los encuestados brinda una buena atención a sus clientes; así mismo contrasta con Ponce (2017) quien menciona que el 56.25% brinda una buena atención a sus clientes. Esto demuestra que los representantes de las Micro y pequeñas empresas brindan una buena atención a sus clientes.

Una mala atención al cliente: el 80% de los encuestados considera que por la mala organización de los trabajadores (tabla 3); los resultados contrasta con Ruiz (2017) quien menciona que el 91% de los encuestados si brinda una buena atención a sus clientes; así mismo contrasta con Ponce (2017) quien menciona que el 56.25% si brinda una buena atención a sus clientes. Esto demuestra que los representantes de las Micro y pequeñas empresas brindan una buena atención a sus clientes.

Resultados de una buena atención al cliente: el 60% ha logrado el incremento en sus ventas (tabla 3); estos resultados coinciden con Alayo (2017) quien menciona que el 50% de los encuestados ha incrementado sus ventas; así mismo coincide con Ponce (2017) quien menciona que 68.75% ha incrementado sus ventas brindando una buena atención a sus clientes. Esto demuestra que en las Micro y pequeñas empresas brindan una buena atención al cliente cuentan con clientes más satisfechos, gracias a la calidad en el servicio y han incrementado gracias a ello.

## **VI. CONCLUSIONES**

La totalidad los representantes encuestados tienen grado de instrucción superior universitaria. La mayoría tienen entre 31 a 50 años de edad, son de género masculino, se desempeñan como administradores, tiene de 4 a más años en el cargo.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación el generar ganancias. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a más años en el rubro, tienen de 6 a 10 trabajadores, las personas que trabajan en las empresas no son familiares.

Las micro y pequeñas empresas en su totalidad conocen a la atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio, aplican la gestión de calidad, mencionan que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento, conocen el término de atención al cliente, utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, la mayoría de los encuestados conoce el término de gestión de calidad, mencionan la poca iniciativa como dificultades con sus trabajadores para la implementación de la gestión de calidad, conoce la evaluación como técnica para medir el rendimiento, menciona que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa, considera que la atención especializada es uno de los factores para un servicio de calidad, consideran que brindan una atención regular, menciona que está dando una mala atención al cliente por la mala coordinación de los trabajadores ha logrado el incremento en sus ventas.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Especializarse en una rama específica de administración para realizar mejores gestiones en sus negocios y alcanzar sus objetivos trazados. También participar en capacitaciones basados tanto en gestión de calidad como atención al cliente para estar a la vanguardia de los nuevos cambios que ocurren tanto en los clientes como en el mercado.

Invertir para innovar de manera constante en las instalaciones del establecimiento y mejorar la experiencia del cliente. Así mismo enfocarse en capacitar a su mano de obra, ayudándole a que estos se comprometan en alcanzar los objetivos de la empresa.

Establecer un plan de atención donde las mypes marquen la diferencia de las otras, con atención garantizada que permita la fidelización del cliente. De igual manera aplicar un cuestionario enfocado a los clientes para que ellos evalúen la atención que están recibiendo, de esa forma también se evalúa el desempeño de los trabajadores para garantizar la calidad y confiabilidad hacia los trabajadores respecto a la atención al cliente que se brinda.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- Alayo, A. (2017). Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro jugueterías, centro de la ciudad de Chimbote, 2017. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5765>
- Ávila, P. (2011). Surgimiento de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) e impacto de los Microcréditos sobre la reducción de la pobreza. Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3858534>
- Antúnez, M. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas en el sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huarmey, año 2017. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5327>
- BSIGroup (2017). Gestión de calidad ISO 9001. Recuperado de: <https://www.bsigroup.com/es-PE/gestion-de-calidad-iso-9001/>
- Coronel, C. (2016). Tesis Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant pizza Hut en el centro comercial mega plaza Lima. Recopilado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2707/1/CAROLINA-SOLEDAD-CORONEL-ARCE%20TESIS.pdf>
- CreceNegocios (2015). Que es el servicio al cliente y cuál es su importancia. Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Cuba, E. (2006). El micro y pequeña empresa: EL comercio. Recopilado de: <http://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/micro-pequena-empresa-elmercuba-208461>
- Diban, M. y Riquelme, O, (2015). Identificación y análisis de las principales problemáticas de las mipymes en Chile. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136514/Identificaci%C3%B3n%20y%20an%C3%A1lisis%20de%20las%20principales%20problem%C3%A1ticas%20d.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Domínguez, J. (2017). Gestión de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes basada en la atención al cliente en el centro histórico de la ciudad de Trujillo, año 2017 y propuesta de mejora en la calidad. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3907>
- Emprender (28 de febrero del 2017). SUNAT. Recuperado de: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Fuentes, J. et al (2014). Un modelo de Gestión de calidad para la mipymes en Puebla, México. Recuperado de: <https://www.uv.mx/icp/files/2018/01/05-A041106.pdf>
- ISO (9 de enero del 2016). ¿Cómo funciona la gestión de calidad en otros países?. Blog calidad ISO. Recuperado de: <http://blogdecalidadiso.es/como-funciona-la-gestion-de-la-calidad-en-otros-paises/>
- ISO 9001:2015 (2017). ¿Conoce los conceptos básicos de la gestión de calidad?. Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/07/conoce-conceptos-basicos-gestion-de-calidad/>
- ISOTools (8 de mayo del 2015). El proceso de certificación de las normas de calidad en México. Blog Calidad y Excelencia. Recuperado de: <https://www.isotools.org/2015/05/08/el-proceso-de-certificacion-de-las-normas-de-calidad-en-mexico/>
- LEY 28015. (3 de julio de 2003). Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>
- Ponce, M. (2017). Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mypes del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4059>
- Portal (2016). Problemas que impiden que las pymes logren el éxito. La voz de los emprendedores. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/actualidad/problemas-que-impiden-que-las-pymes-logren-el-exito>
- Portal (2017). Mypes: por qué son importantes para la economía peruana. La voz de los emprendedores. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>

- Porporatto (2015). Atención al cliente. Que significado. Recuperado de:  
<https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>
- Raffino, M. (2017). Servicio al cliente. Concepto de. Recuperado de:  
<https://concepto.de/servicio-al-cliente/>
- Rodríguez, Y. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Recuperado de:  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2170/GESTION\\_CALIDAD\\_RODRIGUEZ\\_GALARRETA\\_YENNY\\_EUDOCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2170/GESTION_CALIDAD_RODRIGUEZ_GALARRETA_YENNY_EUDOCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ruiz, R. (2016). Gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de productos oftalmológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Recuperado de:  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3862>
- Ruiz, M. (2017). Más del 50% de mypes cierran antes de 3 años. Peru 21. Recuperado de: <https://peru21.pe/economia/50-mypes-cierran-3-anos-405727>
- Sánchez, L. (2017). Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger diner de Gualán, Zacapa. Recopilado de:  
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Servicities (2017). 5 problemas de gestión empresarial en pymes. Recuperado de:  
<https://servicities.com/blog/5-problemas-gestion-empresarial-pymes/>
- Olivo, S. y Triviño, J. (2015). Análisis del sistema de gestión de calidad del servicio en la atención del cliente de la agencia banco pichincha sucursal milagro. Recuperado de:  
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2581/1/AN%C3%81LISIS%20DEL%20SISTEMA%20DE%20GESTION%20DE%20CALIDAD%20DEL%20SERVICIO%20EN%20LA%20ATENCIÓN%20DEL%20CLIENTE%20DE%20LA%20AGENCIA%20BANCO%20PICHINCHA%20SUCURSAL%20MILAGRO>



- Villar, P (2017). Comex Perú: Mypes siguen aumentando pero formalización no avanza. El Comercio. Recuperado: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/informalidad-micro-pequenos-negocios-peru-noticia-noticia-448518>
- Violante, M. (2015). 5 características del buen servicio al cliente. Entrepreneur. Recuperado de: <https://www.entrepreneur.com/article/268543>
- Zapata, D. (2010). La Gestión de Calidad en empresas colombianas de servicios de consulta en ingeniería. Revista EIA. Scielo. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1794-12372004000100003](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372004000100003)



**ANEXO 2:**

**Presupuesto**

<b>Presupuesto desembolsable (estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>Numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros</b>			
• Impresiones	0.50	200	100.00
• Fotocopias	0.10	500	50.00
• Empastado	100.00	1	100.00
• Papel bond A- 4 (500 hojas)	10.00	1	10.00
• Lapiceros	5.00	1	5.00
<b>Servicios</b>			
• Uso de turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			<b>365.00</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	10.00	4	40.00
<b>Sub total</b>			<b>40.00</b>
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>405.00</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de internet (Laboratorio de aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			<b>400.00</b>
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			<b>252.00</b>
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>652.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>1, 057.00</b>

### ANEXO 3

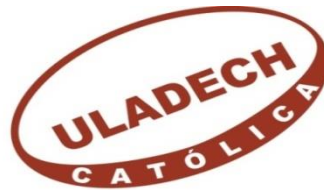
#### Cuadro de sondeo

<b>Micro y pequeña Empresa</b>	<b>Representantes</b>	<b>Ubicación</b>
Pizza Mosttra	-	JR. Leoncio Prado #553
Don Pizza	Gustavo Rodríguez Bautista	JR. Ladislao Espinar 477
Pizza Hut	-	AV. José Pardo (Mega plaza)
El buen sabor	Luz Cribillero Gamarra	JR. Leoncio Prado 585
La pietra	-	JR. Enrique Palacios 680

Fuente: elaboración propia

## **ANEXO 4:**

### **Cuestionario**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

### **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en sector servicios -rubro pizzerías del distrito de Chimbote, provincia Del Santa, año 2017. Para obtener para optar el grado de bachiller en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I. GENERALIDADES**

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

###### **1. Edad**

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

###### **2. 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 que para la calidad al servicio que brinda.**

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

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

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

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

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

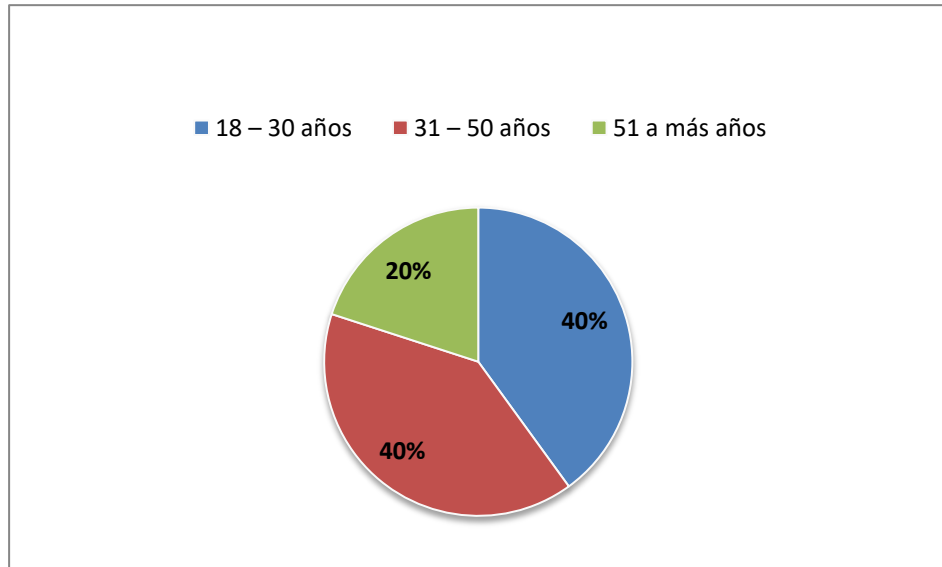
**23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.**

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



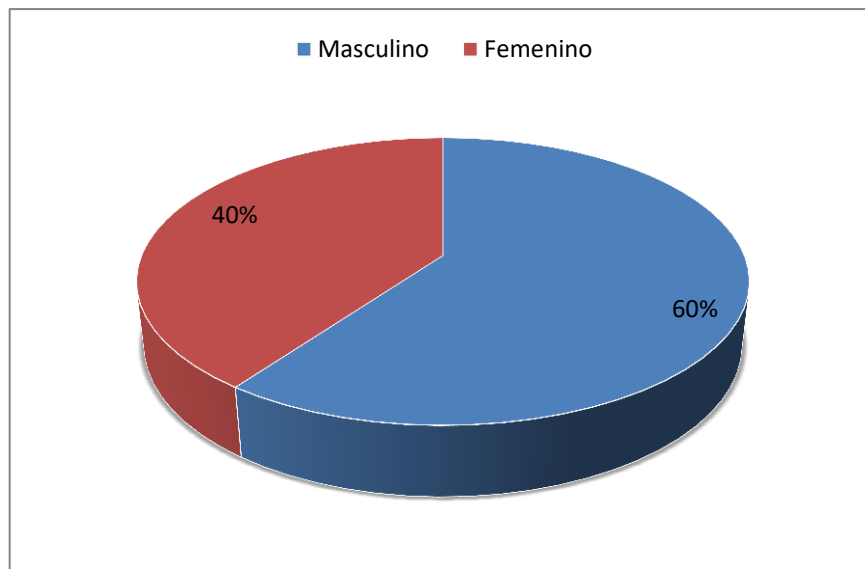
## ANEXO 5

### Figuras



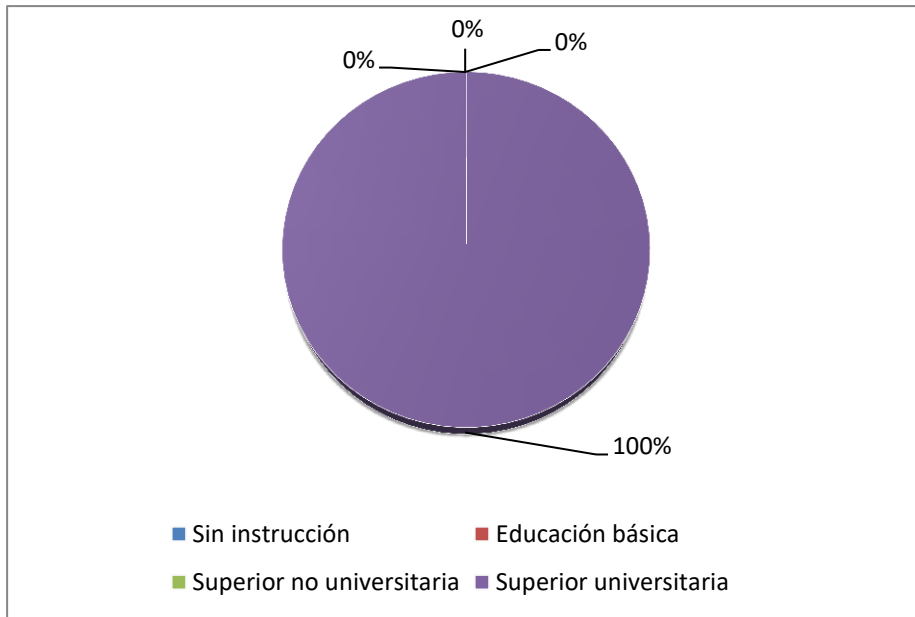
**Figura 1. Edad**

**Fuente. Tabla 1**



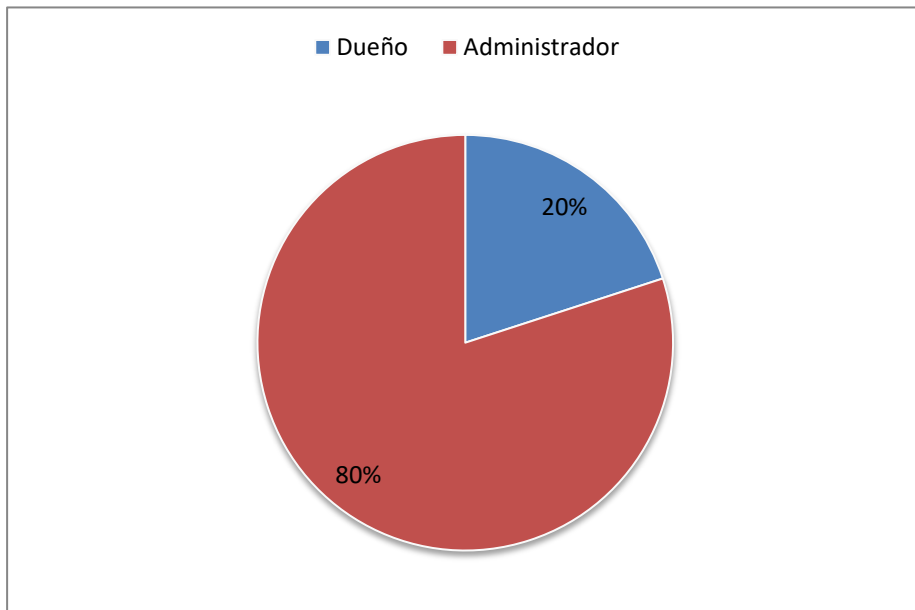
**Figura 2. Género**

**Fuente. Tabla 1**



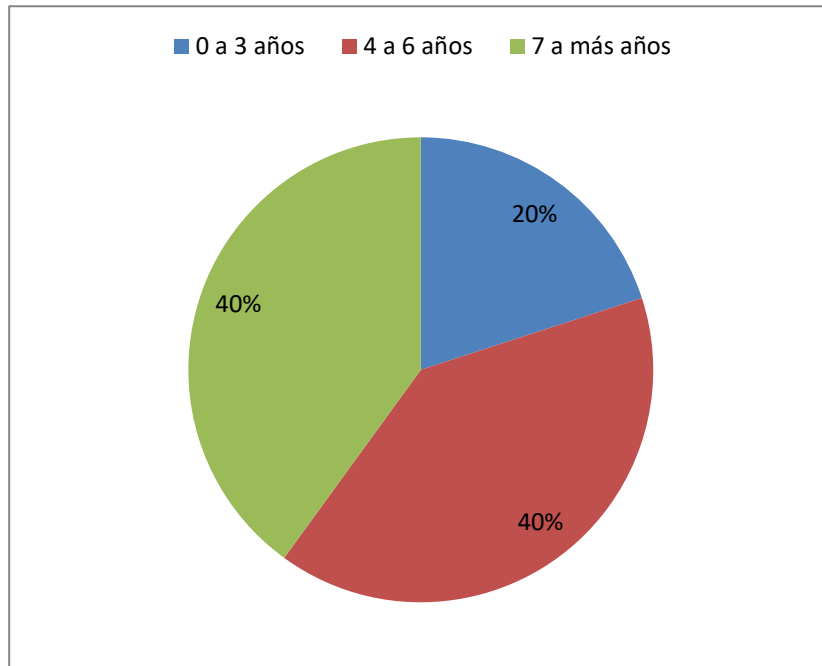
**Figura 3.** Grado de instrucción

**Fuente.** Tabla 1



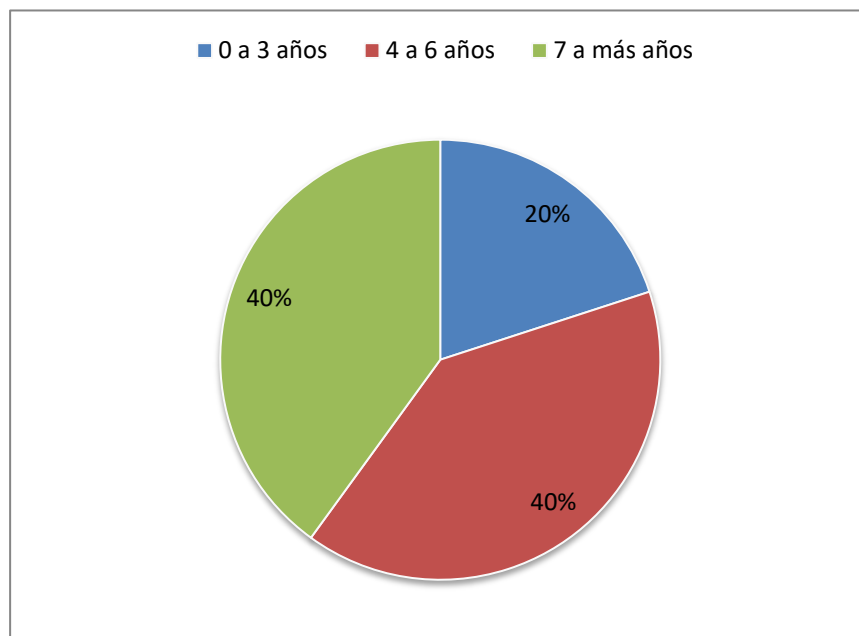
**Figura 4:** Cargo que desempeñan

**Fuente:** Tabla 1



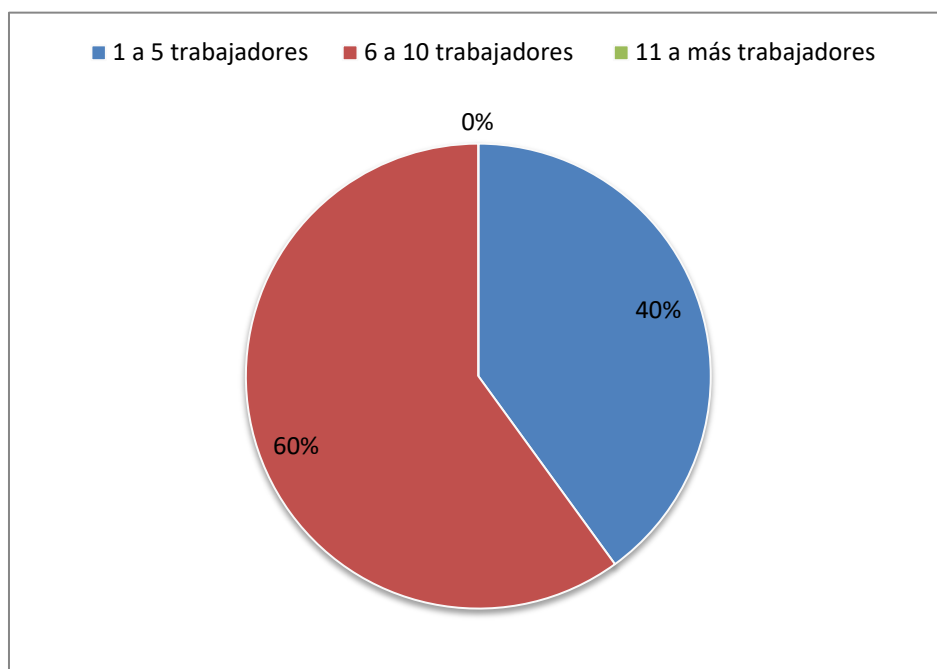
**Figura 5.** Tiempo que desempeñan en el cargo

**Fuente.** Tabla 1



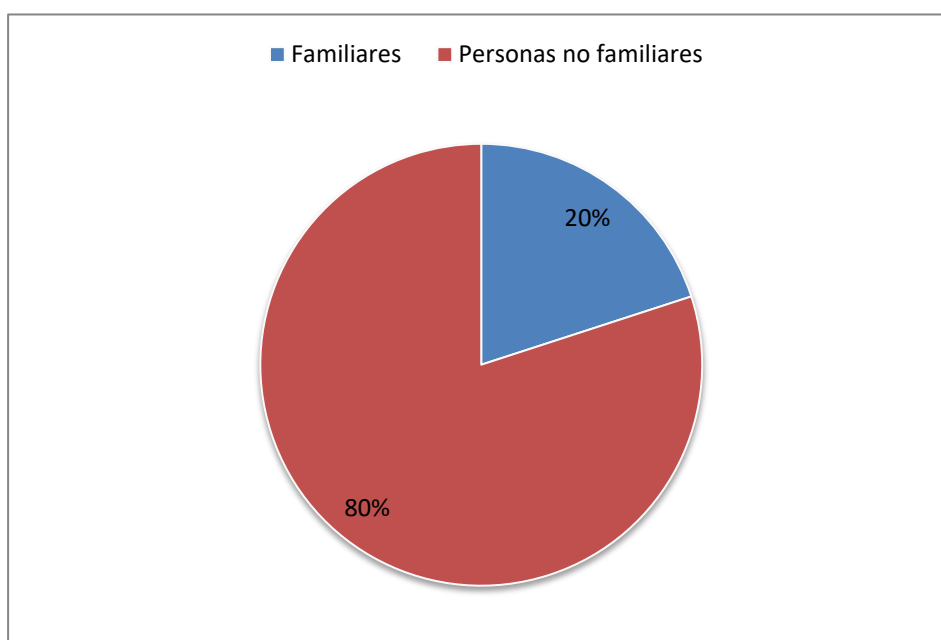
**Figura 6.** Tiempo de la empresa

**Fuente.** Tabla 2



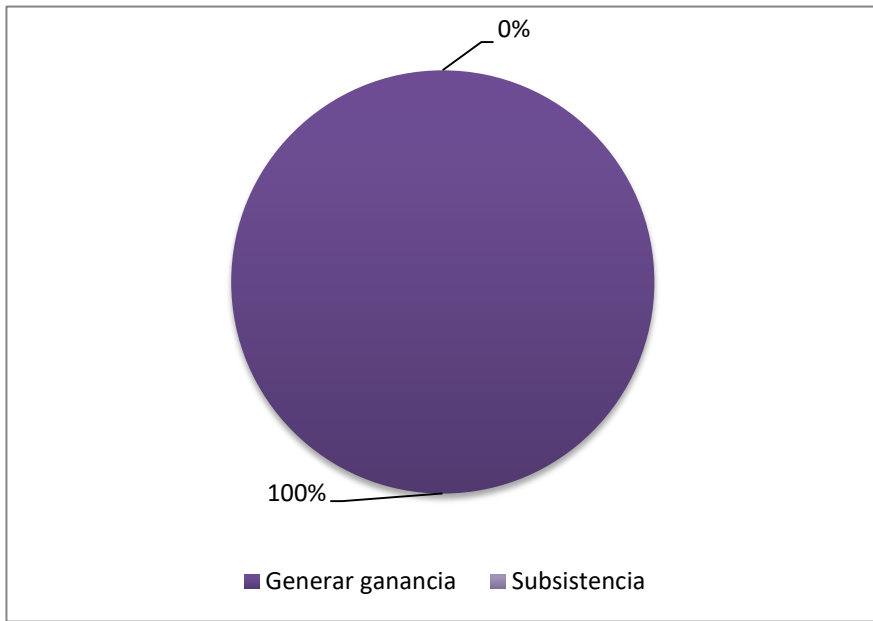
**Figura 7.** Número de Trabajadores

**Fuente.** Tabla 2



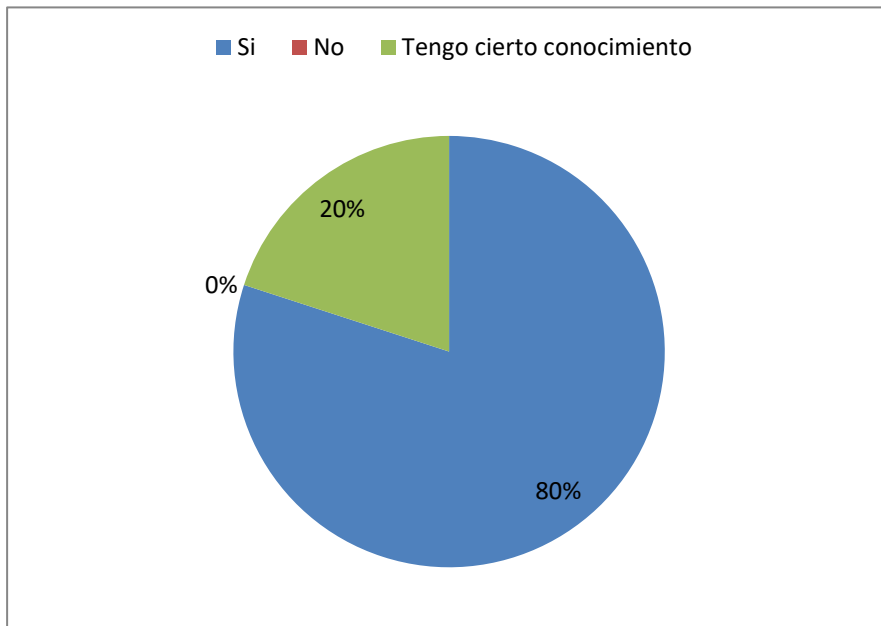
**Figura 8.** Las personas que trabajan

**Fuente.** Tabla 2



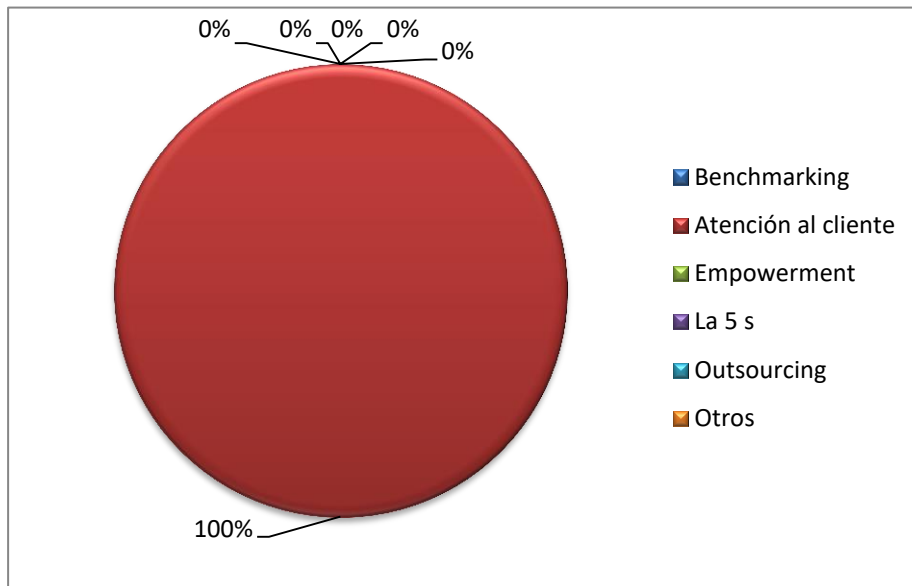
**Figura 9.** Objetivo de Creación

**Fuente.** Tabla 2



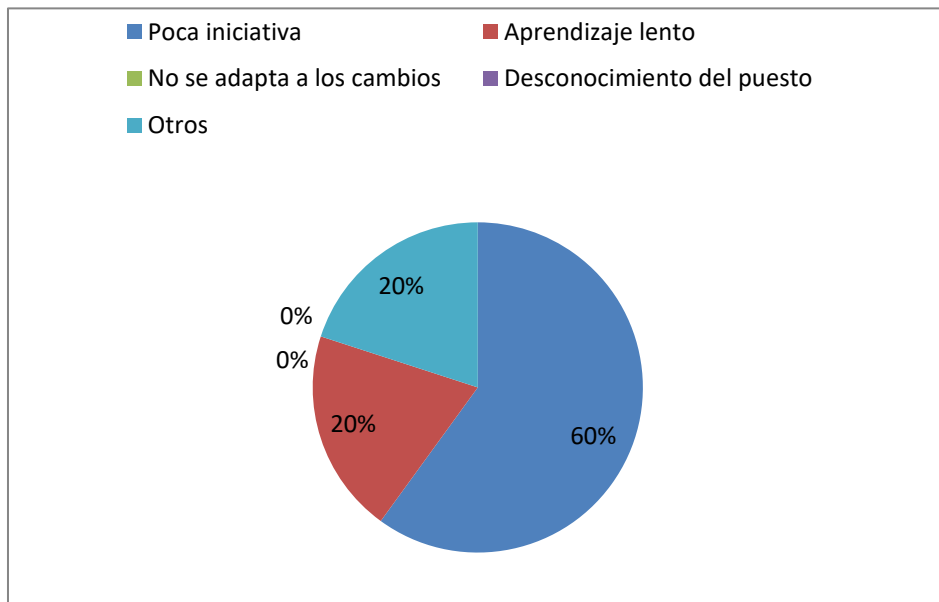
**Figura 10.** Término Gestión de Calidad

**Fuente.** Tabla 3



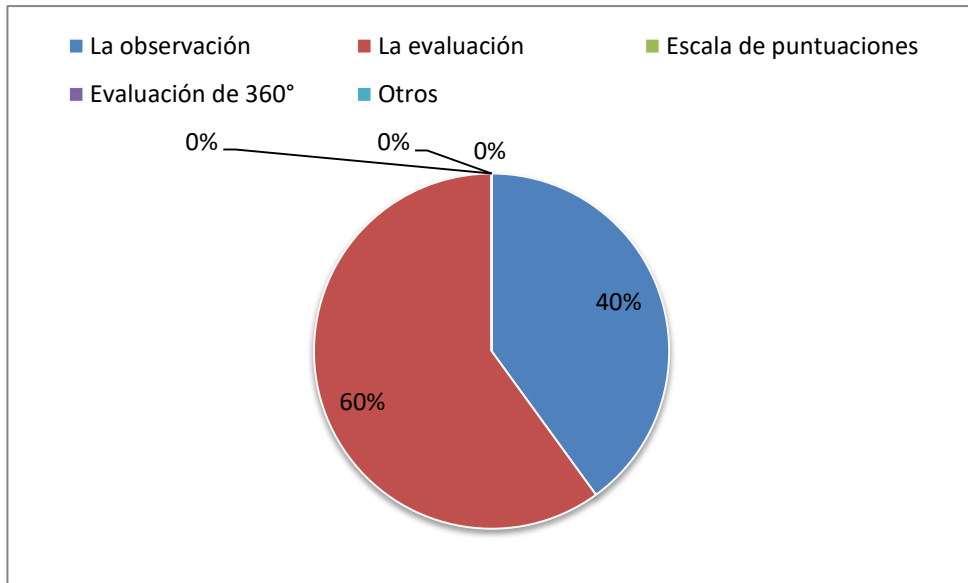
**Figura 11.** Técnicas de Gestión de Calidad

**Fuente.** Tabla 3



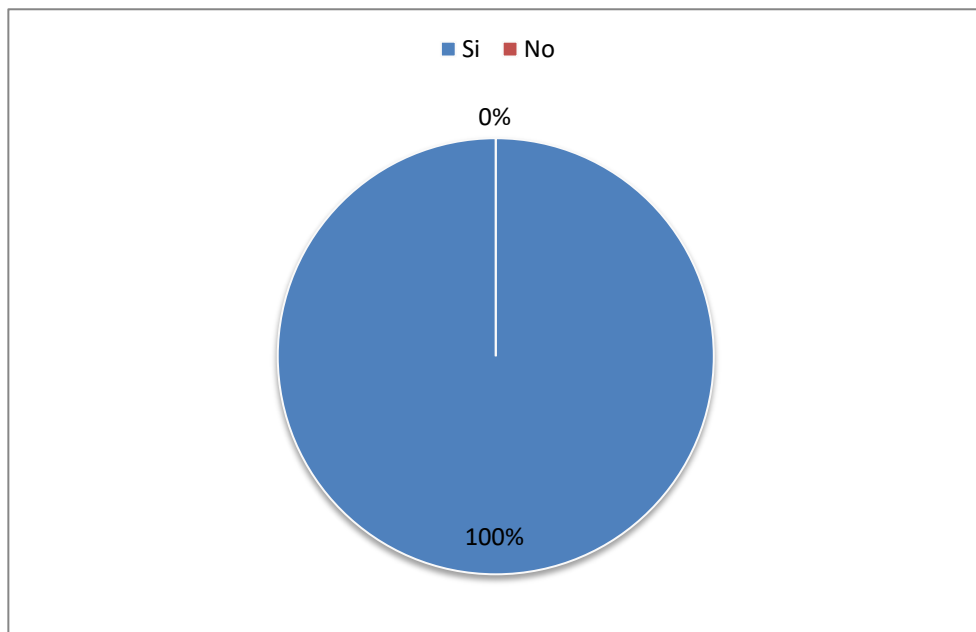
**Figura 12.** Dificultades de los trabajadores

**Fuente.** Tabla 3



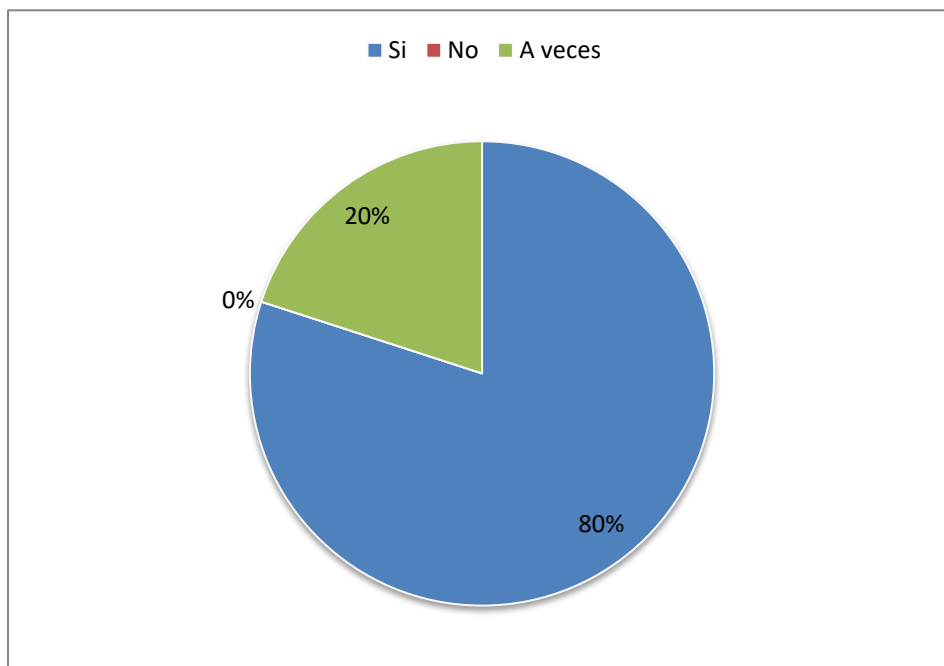
**Figura 13.** Técnicas para medir el rendimiento del personal

**Fuente.** Tabla 3



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

**Fuente:** Tabla 3



**Figura 15.** La gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos

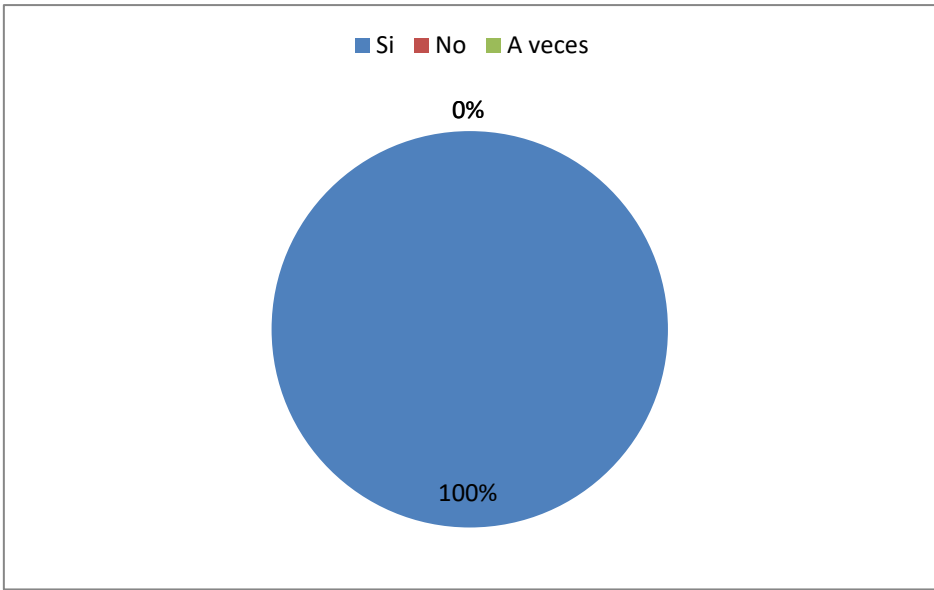
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 16.** Término atención al cliente

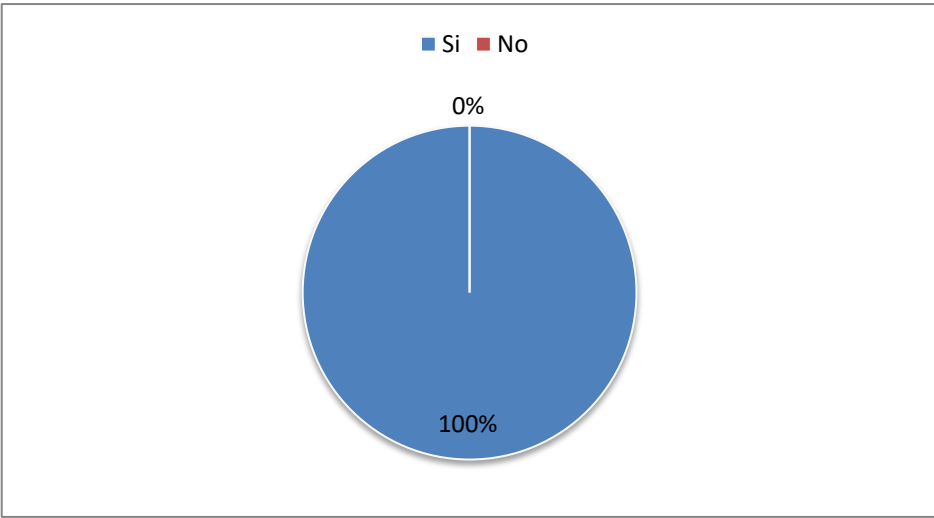
**Fuente.** Tabla 3





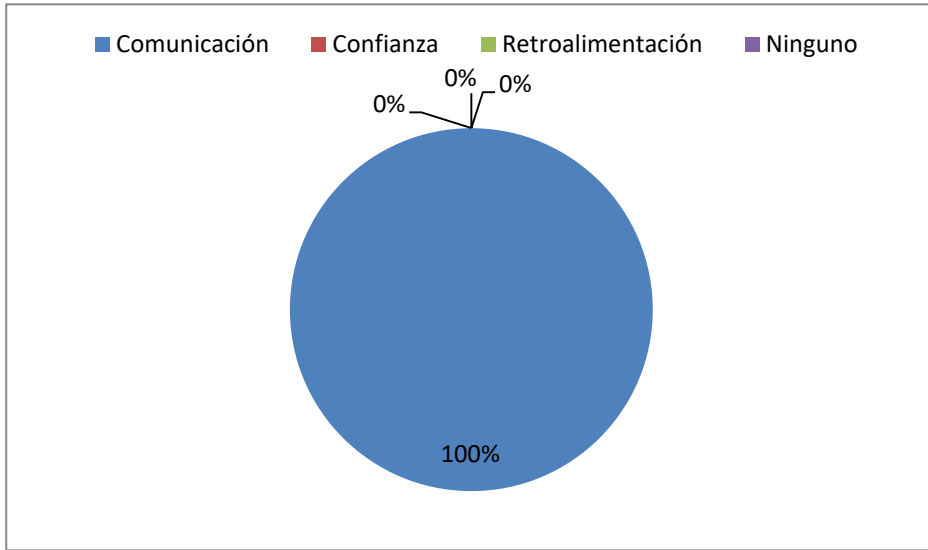
**Figura 17:** Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.

**Fuente:** Tabla 3

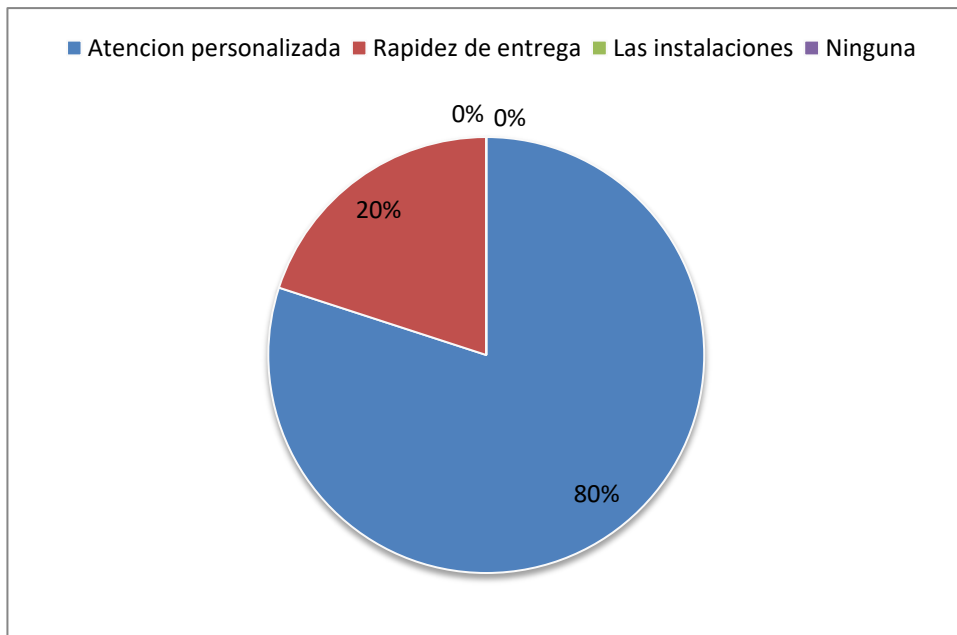


**Figura 18.** La atención al cliente es fundamental

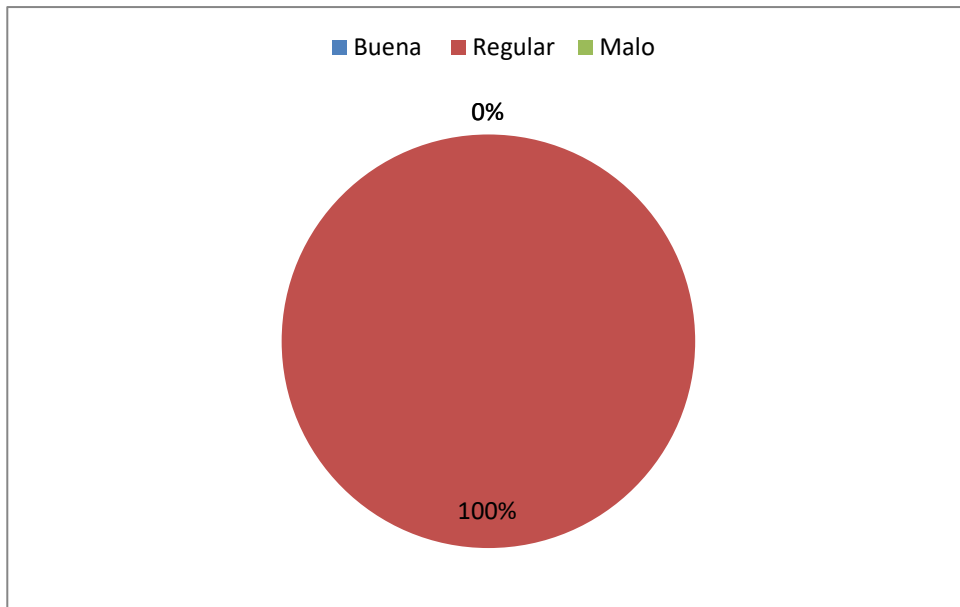
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 19.** Herramientas que utiliza para un servicio de calidad  
**Fuente.** Tabla 3

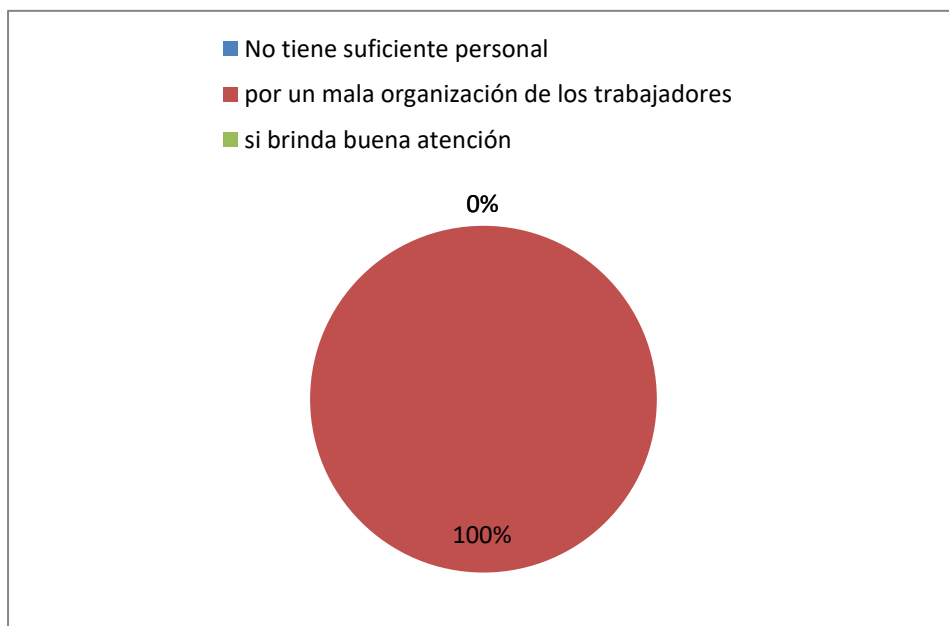


**Figura 20.** Principales factores que para la calidad  
**Fuente.** Tabla 3



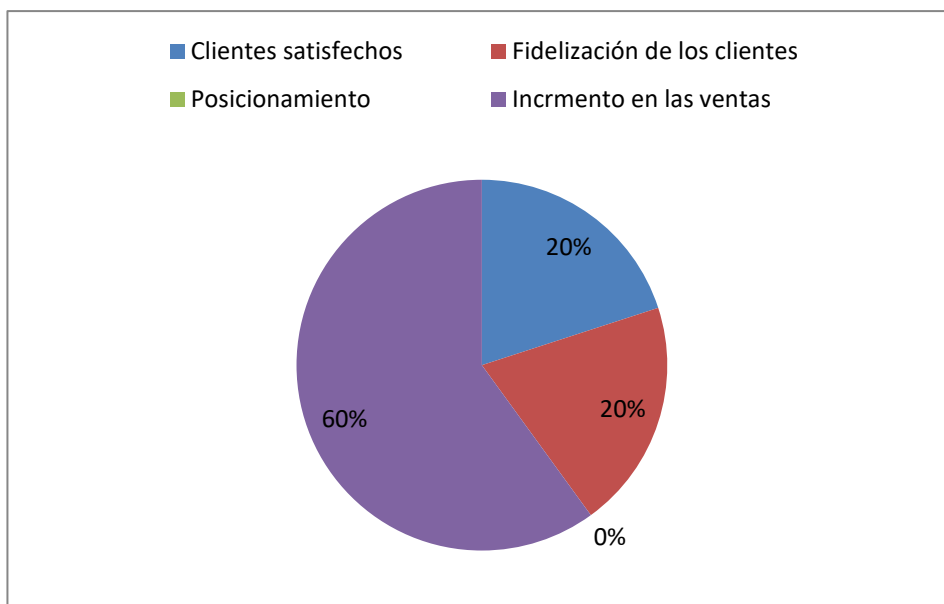
**Figura 21.** La atención que brinda a los clientes

**Fuente.** Tabla 3



**Figura 22.** Está dando una mala atención

**Fuente.** Tabla 3



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

**Fuente.** Tabla 3