



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,  
RUBRO RESTAURANTES DE VENTA DE CEVICHE  
UBICADOS EN LA AVENIDA BRASIL DEL DISTRITO DE  
NUEVO CHIMBOTE DE LA PROVINCIA DEL SANTA, AÑO  
2018

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

**AUTOR**

COLONIA AZAÑA WEIMER HOMER

ORCID: 0000-0002-9032-3131

**ASESOR**

Mgtr. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO

ORCID: 0000-0002-9053-8175

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Colonia Azaña Weimer Homer

ORCID: 0000-0002-9032-3131

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Estudiante de Pregrado Chimbote, Perú

### **ASESOR**

Mgtr. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO

ORCID: 0000-0002-9053-8175

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Facultad de ciencias contables, finieras  
y administrativas. Escuela profesional de administración

### **JURADO**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID ID: 0000-0002-5746-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID ID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID ID: 0000-0002-5471-4549

**JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID ID: 0000-0002-5746-9374

**Presidente**

Mgtr. Limo Velásquez, Miguel Ángel

ORCID ID: 0000-0002-7575-3571 Cerna

**Miembro**

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID ID: 0000-0002-5471-4549

**Miembro**

Mgtr. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por bendecirme la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres: Homar y Neli por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mi expectativa, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes ellos he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hijo, son los mejores padres.

## RESUMEN

La actual investigación tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018 la investigación fue de diseño No experimental - transversal, para ello se recogió la información, mediante una encuesta a una muestra de 8 micro y pequeñas empresas de una población de 8. Se les aplicó un cuestionario estructurado por 23 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: el 75% de los representantes tienen entre los 18 a 30 años, el 50% de las micro y pequeñas empresas tiene como tiempo de permanecía de 0 a 3 años, 37.5% tiene conocimiento del termino gestión de calidad, el 100% menciona que la gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio, el 75% si conoce el termino atención al cliente, el 75% si aplica la gestión de calidad en el servicio a sus clientes, el 100% considera que su brinda una buena atención al cliente. La investigación va concluir con los pequeños negocios del rubro restaurantes de la venta de ceviche afirma que una gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio.

Palabras clave: atención al cliente, gestión de calidad, micro y pequeñas empresas

## **ABSTRACT**

The current research had as a general objective to determine the characteristics of the quality management in the use of customer service in the micro and small companies sector service, item restaurants of sale of ceviche located in the Av. Brazil of the district of Chimbote again of the province of Santa, 2018 the research was not experimental-transversal design, for this information was regulated, the sample was used of 8 micro and small companies of a population of 8. Who was applied a structured questionnaire for 23 questions, through the technique of the survey, obtaining the following results: 75% of the representatives are between 18 to 30 years old, 50% of the micro and small companies have as time of stay from 0 to 3 years, 37.5% has knowledge of the term quality management, 100% mentions that quality management improves the performance of the business, 75% if you know the term customer service, the 75 % If you apply quality management in the service to your customers, 100% consider that it provides good customer service. The investigation will conclude with the small businesses of the sector restaurants of the seviche sale affirms that a quality management if it improves the performance of the business.

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

## CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma jurado evaluador y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	v
6. Contenido.....	vi
7. Índice de tablas y figuras.....	vii
I. Introducción.....	1
II. Revisión de la literatura .....	7
2.1. Antecedentes.....	7
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	22
2.3 Marco conceptual.....	36
III. Hipótesis.....	38
IV. Metodología .....	39
4.1. Diseño de la investigación.....	39
4.2. Población y muestra .....	39
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	40
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
4.5. Plan de análisis.....	43
4.6. Matriz de consistencia.....	44
4.7. Principios ticos.....	46
V. Resultados.....	48
5.1    Resultados.....	48
5.2    Análisis de Resultados.....	53
VI. Conclusiones.....	62
Aspectos complementarios.....	63
Referencias Bibliográficas.....	65
Anexos.....	70



## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### Tablas

<b>Tabla 1.</b> Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo.....	48
<b>Tabla 2.</b> Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018.....	49
<b>Tabla 3.</b> Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018.....	50

## **Figuras**

Figuras 1. Edad.....	82
Figuras 2. Genero.....	82
Figuras 3. Grupo de Instrucción.....	83
Figuras 4. Cargo que desempeña.....	83
Figuras 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	84
Figuras 6. Tiempo de permeancia de la empresa en el rubro.....	85
Figuras 7. Número de trabajadores.....	85
Figuras 8. Personas que trabajan la empresa.....	86
Figuras 9. Objetivo de creación.....	86
Figuras 10. Conoce el término de gestión de calidad.....	87
Figuras 11. Que técnicas moderadas de la gestión de calidad conoce.....	87
Figuras 12. Dificultades tienen los trabajadores la implementación de la gestión de calidad...88	
Figuras 13. Que técnicas para medir al personal conoce.....	88
Figuras 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio.....	89
Figuras 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas.....	89
Figuras 16. Conoce el término atención al cliente.....	90
Figuras 17. Aplica le gestión de calidad en el servicio a sus clientes.....	90
Figuras 18. Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese.....	91
Figuras 19. Herramientas que utilizan para un servicio da calidad.....	91
Figuras 20. Principales factores para la calidad al negocio al servicio que brinda.....	92
Figuras 21. La atención que brinda s los clientes.....	92
Figuras 22. Considera usted que está dando una mala atención al cliente.....	93
Figuras 23. Resultados logrados al brindar una buena atención al cliente.....	93

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las Micro y Pequeñas Empresas cada vez se insertan en la economía de un país de manera positiva, generando puesto de trabajos, emprendimiento, motivando a innovar, etc; lo que ayuda en el desarrollo económico y social de una población que necesita desarrollar y equilibrarse. Estas empresas dan más de la mitad del porcentaje del Producto Bruto Interno, ya que con todos los impuestos que dan anualmente al Estado por su estadía e incluso en algunas ocasiones tiene sanciones aplicadas con alto porcentaje de Unidades Impositivas Tributarias (UIT), ese dinero permite la circulación de más dinero en la sociedad y mejorar la calidad de vida de toda la población.

Pero desde algún tiempo estas empresas han empezado a tener un declive y problemas que se relacionan en la manera de atender y brindar el servicio, el cual capte y satisfaga las necesidades de una población, muchas veces el personal no se encuentra comprometido, no está motivado, el clima laboral no es el adecuado, la remuneración no es la esperada, diversos factores que influyen de manera negativa en el desarrollo del personal que son la cara de una empresa, ya que a través de ellos se llega a los clientes y se genera fidelización y compromiso esto se logra con el buen servicio y la manera de tratar a las personas.

Vargas (2016) expone que sólo el tres de cada 100 pequeñas y medianas empresas en México tiene un procedimiento estandarizado para conocer a sus clientes, y únicamente el 1% genera soluciones y propuestas en tiempo real para ellos. Un error común en este tipo de negocios es limitarse a ofrecer catálogos estandarizados de

productos y servicios; sin embargo, para que la relación comercial sea efectiva debe existir un método que recabe y analice los comentarios referidos por el cliente para tener claras las preocupaciones de los mercados estratégicos, recomendó el experto. Medir la respuesta del cliente es una herramienta para orientar las decisiones de negocios, pero es común que esto no se haga, señaló un informe sobre evaluación de satisfacción del cliente realizado por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

Acevedo y Escobar (2007) expresa que en Chile existen micro y pequeñas empresas que generan un promedio de 3 millones de empleos, pero el problema es que la productividad es muy baja a comparación con lo que es observado en las medianas y grandes empresas. Mypes está presente en todas las actividades económicas más significativas de este país y sus participaciones son concentradas en cuatro sectores: en transporte, comercio, agricultura e industria. Estos sectores mencionados agrupan un 60% las pequeñas empresas y con un 68% las microempresas.

Jacome y King (2010) menciona que las pymes en Ecuador representan el 42% de las empresas debido a su importancia en el país, ya que suelen ser los pilares que generan nuevos empleos, a la vez encajan en las cadenas productivas, y son los primeros en alzar una ola de innovación en sus procesos. La lista de creación y sostenibilidad de las pymes frente a una economía son usadas para examinar la competencia que tiene un país, por lo que el avance y el crecimiento puede dañar de manera inmediata el desempeño y la comodidad de la sociedad. La clasificación para determinar cómo se

clasifica a una empresa como pyme varían en los diversos países, por lo general su clasificación depende de sus remuneraciones totales, anuales y su número de colaboradores. Según los datos recibidos por la Superintendencia de Compañías, valor y seguros.

Vásquez (2013) habla que en la actualidad las Mypes simbolizan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas figuran el 95,9% del total de establecimientos nacionales, el porcentaje que se aumenta hasta el 97,9% si se añaden a las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las Mypes ofrece empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y crean cerca del 45 % del producto bruto interno. Esto constituye el principal motor de desarrollo del Perú, Según datos del Ministerio de Trabajo, las Mypes son importantes porque brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y producen cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI).

En la ciudad de Chimbote las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de venta de ceviche, ocupan un gran porcentaje de ingreso económico para la población debido a que Chimbote es considerado un puerto pesquero donde es más útil y económico acceder a especies marinas para el desarrollo de estas microempresas. Pero con el pasar del tiempo estas pequeñas empresas han tenido varias dificultades para desarrollarse o crecer dentro del mercado, debido al alto índice de cevicherías que se forjan día a día, en lo que radica como principales problemas la situación donde se

ubican estas cevicherías, la infraestructura con la que cuenta y el ambiente donde se atiende, en varias cevicherías la atención es muy mala algunas razones son por falta de personal y coordinación.

Según Luna (2016) manifiesta que en el distrito de Nuevo Chimbote las micro y pequeñas empresas en el sector servicio el 60,9% son representado por el género masculino y el 39,1% por el género femenino. 11 Mypes están representados por personas que han terminado sus estudios universitarios, 7 Mypes están representadas por personas que tienen estudios superiores, 4 tienen sus estudios básicos y solo 1 sin instrucción. Las actividades de estas empresas de 4 años a más el 8,7%, de 3 años el 43,5%, de 2 años el 21,7 y Mypes con 1 año de actividad empresarial el 26,1%. En Nuevo Chimbote el 69,6% de las micro y pequeñas empresas en el sector servicio están formalizadas mientras que con un porcentaje de 65,2% son empresas que hacen trabajar a personas informalmente. El 30% de los empresarios consideran como prioridad el precio de sus compras donde nos dice en pocas palabras con este porcentaje que los empresarios en el sector servicio consideran más el costo del cual van a adquirir sus materias primas y así van dejando de lado la calidad que pueden ofrecer a sus consumidores.

Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características la Gestión de Calidad en el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche

ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2019?

Para poder dar solución a la pregunta de investigación es que se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características la Gestión de Calidad en el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes de venta ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa año 2018.

Así mismo para poder alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Establecer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurante de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018. Fijar las características de una gestión de calidad en el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio-rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.

La presente investigación se justifica porque nos permitirá identificar las características de los representantes. También se justificará porque nos permitirá determinar las características de las Mypes. A si mismo se justificará porque nos

permitirá reconocer las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas. Finalmente, este trabajo de investigación es justificado por el compromiso de brindar información a todo tipo de lector o expositor que desconozca el siguiente tema a tratar.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental, transversal - descriptivo. No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables. Transversal, porque todas las variables han sido medidas en un tiempo y espacio determinado. Descriptivo, porque se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.

Así mismo para el recojo de información se utilizó una muestra de 8 micro y pequeñas empresas de una población de 8 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado por 23 preguntas, utilizando la técnica encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 75% de los representantes tienen entre los 18 a 30 años, el 50% de las micro y pequeñas empresas tiene como tiempo de permanencia de 0 a 3 años, 37.5% tiene conocimiento del término gestión de calidad, el 100% menciona que la gestión de calidad sí mejora el rendimiento del negocio, el 75% sí conoce el término atención al cliente, el 75% sí aplica la gestión de calidad en el servicio a sus clientes, el 100% considera que sí brinda una buena atención al cliente. La investigación concluye que los pequeños negocios del rubro restaurantes de la venta de ceviche afirman que una gestión de calidad sí mejora el rendimiento del negocio.



## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1. Antecedentes.

#### **Antecedentes Internacionales**

Armada (2015) en su trabajo de investigación *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio municipal de deportes. Percepción, análisis y evolución*. La presente investigación se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar el grado de satisfacción actual del usuario con la actividad y los servicios deportivos municipales del Ayuntamiento de Cartagena. Analizar la evolución de la satisfacción a lo largo del tiempo en el Servicio Municipal de Deportes de Cartagena, comparando con estudios anteriores realizados a usuarios y ex usuarios, para actualizar los niveles de calidad que ofrecen estos servicios. Aportar un caso práctico de gestión orientado a la calidad, que pueda servir al benchmarking de los futuros gestores deportivos públicos. Se aplicó un diseño de investigación selectiva, a una población muestra de 10 empresas, para la recolección de datos se seleccionó como instrumento la encuesta y como técnica el cuestionario de 26 preguntas logrando los siguientes resultados: El 51.42% está satisfecho con la actividad que realiza, el 53.57% está bastante satisfecho con el trato del personal administrativo, el 44.03 cree acertada la labor desempeñada por la dirección. La investigación concluye en general los valores medios de satisfacción percibida por los usuarios de las instalaciones deportivas del Ayuntamiento de Cartagena es alta. Apreciándose pequeñas diferencias a favor de los usuarios en el año 1991 que lo perciben de forma superior a los usuarios de 2015. Existe una mejor percepción por los ciudadanos en 2015 en los apartados, “mejor higiene en los vestuarios y en la sala donde se realiza la

actividad”, también es significativa la mejora en el “servicio de agua caliente” de las instalaciones, destacando el alto porcentaje de usuarios que no usan este servicio. Los valores medios en lo relativo a calidad del personal son altos en el conjunto de las instalaciones deportivas municipales, aunque había mejores niveles de percepción en 1991 que en la actualidad.

Errante (2015) en su trabajo de investigación *Modelo de Gestión de calidad total dirigido a Pymes de automatización Industrial en Venezuela*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Desarrollar un modelo de gestión de calidad total dirigido a las PYMES de automatización industrial en Venezuela. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describirla situación del sector de las PYMES de automatización industrial en el marco del mercado venezolano y en función a los conceptos de calidad y calidad total. Estudiarla gestión de la calidad total con una visión estratégica para las PYMES de automatización industrial en el marco del mercado venezolano. Analizar el panorama de las PYMES de automatización industrial venezolanas desde la perspectiva de gestión de calidad como principal aportación relacionada con el desarrollo de un modelo de gestión. Diseñar un modelo de gestión de calidad total dirigido a las PYMES de automatización industrial venezolanas. Se aplicó un diseño de investigación descriptiva, la muestra queda determinada por 25 empresas, para la recolección de datos se seleccionó como instrumento la encuesta y como técnica el cuestionario conformado por 25 ítems, logrando los siguientes resultados: el 52% dicen que parcialmente se aplica los principios de la calidad total, el 48% dicen que parcialmente se impulsan y apoyan las actividades de mejora dentro de la organización y con clientes, el 56% dicen que

parcialmente se dispone de financiamiento eficiente controlando los parámetros financieros claves y utilizando los recursos financieros, : el 68 % dicen que no se realiza un sistema de calidad basado en la norma ISO 9000, , el 60 % dicen que parcialmente (ocasiones) disponen de un sistema para medir la satisfacción de los clientes mediante sondeo sobre aspectos como calidad, el 72% dicen que parcialmente se tiene en cuenta de una forma sistemática toda la información como: expectativas de los clientes, el 40% dicen que parcialmente y sistemáticamente se realiza mejora continua que permita a la organización emplear herramientas adecuadas para establecer objetivos de mejora, el 48% dicen que parcialmente se utilizan indicadores para medir la satisfacción de los clientes tales como imagen de la organización, nivel de quejas, fidelidad de los clientes, entre otros, el 56% dicen que parcialmente se reconocen los logros y el compromiso del talento humano que se esfuerzan para mejorar, el 48% dicen que parcialmente el talento humano conoce los planes y los objetivos de la organización, el 60 % dicen que parcialmente existe una comunicación eficaz ascendente, descendente. La investigación concluye la mayoría de éstas tienen un enfoque que avanza hacia la Calidad Total, pues un promedio de 12,32 de las 25 analizadas manifiestan realizar parcialmente (en ocasiones puntuales) prácticas asociadas a los modelos de calidad ampliamente aceptados y que han sido documentados en la presente investigación; sin embargo, fallan en aspectos puntuales que inciden de manera negativa. Otro tanto de ellas, un promedio de 5,72 de las 25 analizadas evidencian tener una tendencia muy positiva hacia la Calidad Total, por lo cual deben aprovechar su ventaja competitiva y avanzar hacia el establecimiento de directrices concretas y perdurables que les permitan asumir los modelos de calidad ampliamente aceptados y que han sido documentados en la presente investigación.

Una minoría, representada por un promedio de 5,28 de las 25 analizadas evidencian prácticamente no aplicar prácticas propias de los modelos de calidad ampliamente aceptados y que han sido documentados en la presente investigación y solo un promedio de 1,56 de las PYMES analizadas evidencian del análisis realizado ajustarse siempre y de forma total a los modelos de calidad total; siendo ejemplo para el sector en Venezuela.

Fernando (2016) en su trabajo de investigación *La Gestión por procesos en su papel de Estrategia Generadora de ventaja Competitiva aplicada a los Enfoques de Asociatividad de las Mypes: Caso Peruano*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Desarrollar una propuesta de sistema básico de procesos de gestión tomando como base la gestión por procesos fundamento de la Norma ISO9000. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: El desarrollo del modelo de integración empresarial basado en el enfoque de la norma ISO 9001. Articulación y Caracterización de las Mypes en los sectores productivos importantes, que permitan el desarrollo de ventajas competitivas en uso de economías de escala. Desarrollo de los procesos y sistemas de gestión que logren el modelo empresarial que logre impactar en los factores que limitan el desarrollo de la Mypes. Proponer un modelo de cómo la gestión por procesos, base de la Norma ISO 9000, en conjunto con una estrategia de integración empresarial puede eliminar las limitaciones de los diferentes enfoques de integración empresarial para que las Mypes puedan abastecer un pedido de alto volumen. Se aplicó un diseño de investigación descriptiva, con una población muestra de 50 Mypes, para la recolección de datos se seleccionó como instrumento la encuesta y como técnica el cuestionario de 21 preguntas logrando los siguientes

resultados: El 87.8% de los sectores industriales con mayor presencia en el mercado no cuenta actualmente con alguna certificación, el 36.4% tiene una educación secundaria, el 71.9 % del total de empresas no brinda capacitación alguna a sus trabajadores, el 80.2% representa mano de obra operativo dedicado a los proceso de producción, el 78% no posee un manual de funciones, el 62.3% si mantienen documentación de sus procesos, el 70% mantienen proveedores fijos, el 73.6% de las empresas entrevistadas conoce sobre los beneficios de formar parte de una Asociación, el 71.7% del personal que labora en estos negocios sí se encuentra motivado. La investigación concluye que las Mypes no están enfocadas en el mercado exterior como fuente de crecimiento. Para mejorar las Mypes deben formalizar administrativamente sus negocios y así generar ventaja competitiva. Las Mypes no están asociadas, pero saben que la asociación les brindaría ventajas. Las Mypes necesitan estar mejor gestionadas para lograr mejores niveles de productividad. Finalmente se puede afirmar entonces que la idea fundamental de esta investigación y su propuesta es una respuesta a una situación real actual del sector de Mypes.

### **Antecedentes Nacionales**

Medina (2018) en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro pollería del distrito de vice – sechura año 2018*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice –Sechura, año 2018. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describirlos principios que utilizan en la Gestión de calidad en las MYPE

rubro Pollerías, Distrito de Vice –Sechura, año 2018. Determinar las prácticas de mejora continua que se emplean en la Gestión de calidad en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice –Sechura, año 2018. Describirla importancia de la atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice –Sechura, año 2018. Identificar las estrategias de mejora en el servicio de atención al cliente en las MYPE rubro Pollerías, Distrito de Vice –Sechura, año 2018. Se aplicó un diseño de investigación no experimental de corte transversal, a una población muestral de 68 personas, para la recolección de datos se seleccionó como instrumento la encuesta y como técnica el cuestionario de 18 preguntas logrando los siguientes resultados: EL 100% si tiene enfoque al cliente, el 75% si tiene expectativa eleva al cliente, el 75% dice que el liderazgo ejercido prioriza el servicio al cliente, el 75% si tiene recursos tecnológicos orientados a servir al cliente, el 58% si tiene compromiso de los empleados con los cliente, el 75 % a veces tiene Comunicación con los clientes sobre quejas o incomodidades, el 63% da una regular atención en el momento de realizar el pedido del producto, el 78% si recomienda el lugar, el 100% si implementa un servicio delivery, 51% si tiene variedad de productos para diferentes tipos de clientes, el 87% a veces tiene rapidez en la atención, el 79% si da un ambiente de calidad y profesionalismo percibido. La investigación concluye que la gestión de calidad se describió como resaltantes que los trabajadores en su totalidad consideran la importancia del enfoque al cliente, del liderazgo que se ejerce como parte de priorizar el servicio al cliente, de la participación del personal y del compromiso con el servicio al cliente, y de los recursos utilizados que son de buena calidad, por lo que para cualquier organización el cliente es el elemento más importante, ya que sin clientes

no hay negocio y las organizaciones dependen de sus clientes, para ello deben interpretar sus necesidades actuales y futuras, y sobrepasar sus expectativas. La importancia de la atención al cliente, se describió que los clientes en algunas veces reciben un trato preferencial, y se califica como regular la atención brindada, además cabe resaltar que la mayoría de los clientes si frecuentaría el lugar por los precios brindados, por lo que se destaca la fidelización y la valoración de clientes. Respecto a las estrategias de mejora en el servicio de atención, se identificó que los clientes reciben precios accesibles, la comunicación regularmente es fluida, la rapidez de atención es en su mayoría regular, y se recomienda en su totalidad implementar un servicio delivery.

Sánchez (2014) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las Mypes rubro restaurantes - provincia de Trujillo año 2013*. Se planteó el siguiente objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las Mypes rubro restaurantes - provincia de Trujillo año 2013. Y tuvo como objetivos específicos, determinar la gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las Mypes rubro restaurantes - provincia de Trujillo año 2013. Analizar el planeamiento estratégico en las Mype de servicio, rubro restaurantes provincia de Trujillo año 2013. Determinar los niveles de competitividad en las Mype de servicio, rubro restaurantes – provincia de Trujillo año 2013. Analizar la competitividad en las Mype de servicio, rubro restaurantes – provincia de Trujillo año 2013. Se llegó a los siguientes resultados, el 50% (5) de los

gerentes y/o administradores de las 15 Mypes encuestadas tienen una edad que fluctúa entre los 30 y 40 años, el 30% (3) es tiene una edad menor a 30 años y el 20% (2) son mayores de 40 años. El 40% (4) de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tiene estudios superiores completos, 20% (2) tiene estudios técnicos completos, el 20% (2) tiene estudios técnicos incompletos, el 10% (1) tiene estudios superiores incompletos y otro 10% tiene solo secundaria completa. El 60% (6) de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas no tiene ningún tipo de estudio complementario realizado, el 20% (2) han realizado cursos talleres, un 10% (1) realizo un diplomado y otro 10% (1) realizo una maestría. El 50% (5) de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tiene más de un año en el cargo, 30% (3) tiene entre 6 meses y 1 año en el cargo y el 20% (2) tiene menos de 5 meses en el cargo el 60% (6) de los gerentes y/o administradores de las Mypes encuestadas tuvo una experiencia previa en el rubro mientras que el 40% (4) no tuvo ningún tipo de experiencia. El 40% (4) de las Mypes encuestadas piensa que la calidad + precio es el principal criterio, 30% (3) piensa que es solo el precio, un 20% (2) piensa que es solo la calidad y un 10% (1) piensa que es importante la ubicación. El 50% (5) de las Mypes encuestadas indican que mantienen un contrato informal, el 30% (3) indican que los trabajadores están en planilla y el 20% (2) trabajan con recibo por honorarios. Y se llegó a las siguientes conclusiones, si bien es cierto la mayoría de los gerentes tienen estudios completos (40% superiores completos y 20% técnicos completos) pero han sido formados en sus respectivas especialidades: administración, economía, marketing. Esto no es una desventaja, al contrario, le da una visión mucho más profesional de cómo deberían llevar el negocio, pero necesitan mucha más



capacitación en temas relacionados con el rubro y con la gestión del personal que es uno de los puntos más débiles y descuidados en el rubro. en algunos casos al ser propietarios o hijos del propietario hace que se asuma una postura un poco más conservadora al momento de dirigir el negocio ya que se tiene la idea que si hasta el momento funciona bien y tienen clientes pues no es necesario ningún tipo de modificación en la dirección de la empresa. La gestión de calidad de las empresas no se maneja por ningún tipo de estándar marcado o parametrizado, en la mayoría de las empresas, solamente apelan a criterios que se manejaron o aprendieron y que en algún momento dieron resultados, pero el negocio evoluciona y no se puede permitir el mantener ideas o costumbre que no vayan a la par de la expansión del negocio.

Marchand (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las Mypes del Sector Servicios, Brókers de Seguros del distrito de Calleria, año 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las Mypes del Sector Servicios, Brókers de Seguros del distrito de Calleria, año 2017. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de conocimiento de calidad de gestión de la gerencia de las Mypes del Sector Servicios, Brókers de Seguros del distrito de Calleria. Determinar si las Mypes del Sector Servicios, Brókers de Seguros del distrito de Calleria, tiene una dirección gerencial enfocada en la satisfacción del cliente. Investigar si las Mypes del Sector Servicios, Brókers de Seguros del distrito de Calleria, cuenta con procesos estandarizados de atención de productos y servicios al cliente. El estudio se desarrolló bajo la

metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional. A través de la técnica de encuesta se aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas, obteniéndose como resultados: El 100.0% de los propietarios se encuentran en el rango de edad de 40 a 49 años, el 100.0% de los propietarios son del sexo masculino, el nivel de instrucción que tiene los propietarios es técnicos 50,0% y 50,0% con grado universitario, el 100.0% de las Mypes si cumple con los requisitos de formalización, el 50% cuentan con 3 a 5 trabajadores y el otro 50% cuenta con 6 a 8 trabajadores, el 100.0% de los brókers, cuenta con la infraestructura que facilita la experiencia de servicio al cliente, el 100.0% de la administración de la Mype o Brókers aplica calidad total en su gestión, el 100.0% considera que su nivel de calidad de gestión es buena, el 100.0% de los propietarios realizaron capacitaciones para mejorar sus procesos y la atención para los clientes, el 100.0% de los propietarios realiza la gestión de comunicarse con el cliente, el 100.0% se enfoca en cumplir con la promesa de servicio al cliente. La investigación concluye los brókers, son Mypes que atienden de manera especializada en consultoría de seguros al público en general y la empresa. Los brókers son supervisados por la SBS (Superintendencia Nacional de Banca, Seguros y APF), que garantiza la confiabilidad de sus operaciones. Los brókers dirigen su administración con la aplicación de una gestión de calidad y tienen apertura a nuevos conceptos de gerencia. Tienen estrategia de atención al cliente. Existe un liderazgo de la gerencia, cuya participación es percibirle en las decisiones del rumbo del negocio. Cuentan con una cultura de servicio. Sus acciones están enfocadas en cumplir la promesa de servicio al cliente.

## **Antecedentes Locales**

Bueno (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización 21 de abril, Chimbote, Ancash, Perú 2016. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describirlas principales características del gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. Determinarlas principales características de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. Determinarlas principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental –transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, logrando los siguientes resultados: El 62,5% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 50,0% son de género femenino, el 50,0% tiene grado de instrucción secundaria, el 75,0% de los representantes son los dueños, el 50,0% de los representantes tienen en el cargo entre 4 a 6 años, el 62,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro entre 4 a 6 años, el 62,5% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores, el 87,5% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no

familiares laborando, el 62.5% de las Micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias, el 62.5% de los representantes no conoce el término gestión de calidad, el 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión, el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, el 87.5% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, el 62.5% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, el 62.5% de los representantes conocen el término atención al cliente, el 62.5% de los representantes aseguran que a veces aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan, el 50.0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, el 50.0% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, el 50.0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio la atención personalizada, el 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena, el 51% reconoce que esta brindado una mala atención por no contar con suficiente personal, el 37.5% de los representantes ha logrado obtener fidelidad de los clientes. La investigación concluye que la mayoría de los representantes son personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo existe igualdad en el porcentaje de ambos géneros masculino y femenino, cuentan con un grado de instrucción de estudios secundarios completos, presentan el cargo dueños y finalmente llevan en el cargo de 4 a 6 años. El tiempo de permanencia en el rubro de las Micro y pequeñas empresas es de 4 a 6 años, cuentan con un número de trabajadores 1 a 5, el tipo de personas no presentan rasgos familiares y finalmente el

objetivo de la mypes es generar ganancias. La mayoría de los representantes no conocen el término de gestión de calidad, pero aplican la técnica de atención al cliente, consideran que el personal tiene poca iniciativa lo cual dificulta la implementación de la gestión, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, así mismo consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el término atención al cliente, a veces aplican gestión de calidad en el servicio, consideran que a veces la atención es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, aseguran que el factor más importante para la buena atención es la atención personalizada, la mayoría considera que se está dando una mala atención al cliente por falta de personal y finalmente una minoría han logrado fidelizar a los clientes.

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

en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental -transversal para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una muestra de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 62,5% de los representantes son de género masculino, el 62,5% de los representantes tiene grado de instrucción superior universitaria, el 87,5% de los representantes son los dueños, el 50,0%de los representantes tienen en el cargo más de 7 años, el 62,5%de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7años, el 50,0%de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, el 75,0%de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando, el 87,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias, el 62,5%de los representantes conocen el término Gestión de calidad, el 62.5%de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión, el 50,0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es el aprendizaje lento, el 75.0%de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, el 62.5%de los representantes aseguran que a veces la Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, el 100,0% de los representantes conocen el termino atención al cliente, el 75.0% de los representantes aseguran que siempre aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan, el 50,0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental

para que éste regrese al establecimiento, el 62.5% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, el 50.0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio son las instalaciones, el 87.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena, el 100% de los representantes no considera que esta que se está dando una mala atención, el 62.5% de los representantes ha logrado obtener clientes más satisfechos. La investigación concluye la mayoría de los representantes están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo son de género masculino, cuentan estudios superiores universitarios, además son los dueños de sus negocios y llevan en su cargo más de 7 años. La mayoría de las Micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, del mismo modo cuentan con más de 6 a 10 colaboradores, tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y tienen como objetivo de generar ganancias. La mayoría de los representantes conocen el término de gestión de calidad, aplican la técnica de atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, consideran que la dificultad de la implementación de la gestión en que el personal tiene aprendizaje lento, así mismo consideran que la gestión de calidad a veces mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el término atención al cliente, consideran que la atención a veces es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, consideran que el factor más importante para la buena atención al cliente son las instalaciones, así mismo afirman que la atención que brinda es buena, y finalmente han logrado mejorar a satisfacción del cliente.

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

### **Concepto de Micro y Pequeña Empresa**

Según la Ley 28015, define a la Micro y Pequeña como una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, creada con la finalidad de realizar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestaciones de servicios.

### **Características de las Micro y Pequeñas Empresas**

Según el Art. 5 de la Ley 30056, dice que las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña Empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana Empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.



## **Naturaleza y Permanencia en el Régimen Laboral Especial**

Según el Art. 42 de la ley 30056, dice que este régimen es de naturaleza permanente y únicamente aplicable a la micro y pequeña empresa.

- La microempresa que durante dos (2) años calendario consecutivos supere el nivel de ventas establecido en la presente ley, podrá conservar por un (1) año calendario adicional el mismo régimen laboral. (Art. 42 de la ley 30056). Para poder mantenerse con el mismo régimen tributario se debe de superar las Unidades Impositivas Tributarias en las microempresas de caso contrario no se podrá seguir contando con el mismo régimen tributario.
- Las pequeñas empresas de superar durante dos (2) años consecutivos el nivel de ventas establecido en la presente ley, podrán conservar durante tres (3) años adicionales el mismo régimen laboral. (Art. 42 de la ley 30056). Para las pequeñas empresa el tiempo es mucho mayor debido a que es un poco más grande que la microempresa, y debido a ello es que se le otorga ese beneficio.

## **Gestión de Calidad**

Es un conjunto de criterios que se debe de tener en cuenta al momento de elaborar ya sea un producto o servicio para el público en general, estos criterios conllevan a que lo que se elabora sea visto con una buena calidad y que no atenta contra la salud de los que lo pueden consumir, generando una buena imagen y competitividad para la empresa dentro del mercado. Entonces se puede decir que la

Gestión de Calidad son criterios que ayudan a que el producto o servicio sea de calidad y competitivo en el mercado o rubro al que se desea enfocar.

### **Beneficios de la Gestión de Calidad**

Según La Norma Internacional ISO 9001 (2015), dice que los beneficios potenciales para una organización de implementar un sistema de gestión de la calidad basado en esta

Norma Internacional es:

- a) La capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables. (La Norma Internacional ISO 9001, 2015). Toda empresa debe basarse en términos legales para poder producir un producto u ofrecer un servicio al público debido a que tiene que cumplir con ciertos estándares establecidos.
- b) Facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente. (La Norma Internacional ISO 9001, 2015). El contar con estándares de calidad ayuda a mejorar y crear más oportunidades de satisfacer lo que desean los clientes ofreciendo un buen producto a un buen precio.
- c) Abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos. (La Norma Internacional ISO 9001, 2015). Cuando se quiere implementar la Gestión de Calidad como parte de la empresa se corre con un gran riesgo, ya

que primero tiene que ser evaluada y analizada para poder certificar que está bajo reglamento establecido por parte de la ISO 9001.

- d) La capacidad de demostrar la conformidad con requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad especificados. (La Norma Internacional ISO 9001, 2015). Este sistema permite medir el grado de rendimiento y conformidad que pueden llegar a tener los clientes con el producto o servicio que se ofrece, bajo ciertos requisitos establecidos por la ISO 9001.

### **Principios de la Gestión de Calidad**

Balague y Saarti (2014) menciona que para lograr una mejora continua se debe de tener en cuenta varios principios de la gestión de calidad que son apoyo directo para su realización dentro de una empresa, los cuales son:

- **Enfoque al Cliente:** Toda empresa tiene que tener una orientación hacia el cliente, conocer cada aspecto gustos, preferencias, necesidades permitiendo esto lograr satisfacer las necesidades exactas y necesarias. (p.22)
- **Liderazgo:** Esta herramienta se debe de gestionar de la mejor manera por los encargados de dirigir una empresa, deben de tener un compromiso tanto en la realización y desarrollo con la empresa como con la trata con el personal ya que son la cara de la empresa ante los consumidores. (p.23)
- **Participación del Personal:** En toda empresa el involucramiento que tiene el personal en el desarrollo de los procesos o actividades que se realizan es

de suma importancia, porque llegan a captar información necesaria para el cumplimiento de los objetivos que se requieren alcanzar. (p.24)

- Enfoque de un sistema para la gestión: Lograr identificar el gran aporte de un sistema de gestión de calidad para la empresa, debido a que el entender esto logra que se enfoquen a alcanzar la máxima calidad en toda la organización, siendo un requisito primordial por las exigencias de la actualidad. (p.24)

- Mejora continua: En la actualidad muchas empresas están en constante cambio para el logro de un posicionamiento, reconocimiento y calidad total; que se acoplen a los cambios continuos de la sociedad. (p.26)

### **Norma ISO-9001**

Muchas empresas han cambiado sus procesos y mejora debido a los requisitos que exige la Iso-9001 llegando a tener resultados favorables y posicionándolos como competentes dentro de su rubro.

Gonzales (2016) menciona que “La Norma ISO-9001, especifica los requisitos a cumplir por un sistema de gestión de calidad y se utiliza internamente por las organizaciones para certificarse. El objetivo principal es diseñar un sistema de gestión de calidad eficaz, para cumplir las necesidades del cliente” (p.17).

## **Beneficios de la Norma ISO-9001**

Cortez (2017) menciona que la implementación de la Norma ISO-9001 dentro de una empresa, logra una alta ventaja competitiva dentro del rubro al que la empresa se dedique, debido a que las empresas que cuentan con esta certificación son más solicitadas y confiables por los clientes quienes eligen bienes y servicios de calidad con los más altos estándares. A continuación, se menciona algunos beneficios:

- Elaborar productos, bienes o servicios que lleguen a cubrir las necesidades y satisfagan los requisitos del cliente en cuanto a la calidad de un producto, dentro de ello se engloba a reglamentos. (p. 38)
- Logra que una empresa llegue a ser más competitiva dentro del mercado o rubro al que se dedica. (p.38)
- Captación de más clientes, pero sobre todo reconocimiento de fama internacional logrando expandirse y generar desarrollo conjuntamente con rentabilidad. (p.38)

## **Atención al cliente**

La atención al cliente empieza desde cuando el ingresa al establecimiento y debe haber una persona encargada en acoger al cliente para guiarlo y así se sienta cómodo, la persona encargada debe de cumplir algunos aspectos como el establecimiento para satisfacer al cliente.

Según Sánchez (2011) define que “para comenzar con buen pie el desarrollo de un servicio es vital una buena y agradable acogida del cliente. Suele ser la persona que acoge al cliente en todo momento cordial, amable, agradable y respetuoso.” (P.81)

Según Brown (1992), dice que “La atención al cliente se refiere a personas, no a cosas. Consiste en hacer que encajen dos grupos de personas: los empleados y los clientes. Una vez logrado esto, la empresa obtendrá una ventaja competitiva”. (P.6)

Según Arenal (2017), afirma que “La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción”. (P.10)

### **Barreras para Comunicarse**

Las personas tienden a tener ciertas limitantes que no les permite el expresarse o comunicarse de manera fluida, convirtiéndose en un problema en la vida diaria, hasta en el trabajo. Según Díaz (2014) habla sobre barreras de comunicación las cuales se mencionan a continuación:

El lugar: Cuando los clientes u otras personas acuden a un lugar donde desean comprar o pedir un servicio, necesitan un ambiente de tranquilidad, estabilidad, que la

personas que atiende generen eso y así el ambiente se vuelva apropiado, toda persona necesita tranquilidad. Falta de empatía: Ponerse en lugar del cliente, para poder saber cómo es que se siente en ciertas situaciones y lo que realmente necesita para poder lograr la satisfacción, y por lo tanto la comunicación no va a realizarse de la mejor manera. Las repeticiones: Esto es cuando la comunicación no es tan fluida y se utiliza palabras repetidas veces que en ocasiones genera incomodidad al receptor en este caso a los clientes. El efecto halo: Esto es una de las barreras más comunes que trata de que cuando uno juzga sin conocer, saber, nada de esa persona, entonces ello no permite que se genere una comunicación fluida, caso contrario se genera incomodidades, peleas que no hacen nada bien para las personas y empresas. Falta de Feed – back: Aquí se habla de una comunicación mutua y fluida, sobre todo, al no tener esta comunicación el querer relacionarse o hablar con los demás no será fácil, ya que una persona habla, pero no encuentra respuesta en la otra, lo que ocasiona que la empresa no funcione de la mejor manera. No atender: Es cuando un cliente va al local donde compra o consume ciertos productos, pero a veces necesitan orientación o información a lo que si el personal que atiende no muestra interés y apoyo por atender y suplir esas inquietudes el cliente pensara que no se atiende de la mejor manera, y esto genera que los clientes no tengan una comunicación fluida con el personal, lo que ocasiona pérdidas de clientes y dinero.

(p. 17)

## **Pautas para tener una Comunicación Eficaz**

Muchas personas no saben comunicarse ni emitir mensajes concisos, lo que genera descoordinación y pérdida de tiempo. Según Diaz (2014) menciona pautas que ayudan para poder tener una comunicación eficaz dentro y fuera de una empresa, los cuales son: Claridad: Todo mensaje entre persona debe ser claro de lo contrario la información o lo que se desea hablar no llegara de la mejor manera ocasionando problemas. Coherente: Se debe de dar la información relacionada a lo que sucede dentro de la empresa no hablar de otras cosas, y sobre todo se debe de tener el momento adecuado para poder expresarse. Confianza: El mensaje o información se le debe de dar a una persona de confianza el cual sepas que lo que mencionas llegara a la persona adecuada sin cambios de información o demoras. (p. 19)

## **Medios que utilizan las empresas para relacionarse con los clientes**

La relación para que se pueda darse entre la empresa y sus clientes lo más viable es por medio del uso de las nuevas tecnologías, debido a que por medio de esta herramienta es que podemos saber casi todo de una persona. Una de las competencias que está generando revolución en el mercado es que, si tenemos la información necesaria y oportuna de nuestros clientes llegando a reducir el tiempo de espera, otorgándoles satisfacción en su atención y sobre todo hacerles saber que se puede estar en constante cambio de acuerdo a las necesidades que se perciba. (Arenal, 2017, p. 13)



## **Aspectos Básicos para lograr la satisfacción del cliente**

El conseguir la satisfacción de los clientes es un problema con el que muchas empresas lidian en la actualidad, ya que al lograr satisfacer estas necesidades se tiene que lograr la diferenciación con los competidores siendo un factor clave en poder cubrir las expectativas de diversos clientes, que son más exigentes día a día. Arenal (2017) menciona los siguientes aspectos para poder conseguir la satisfacción del cliente:

**Compromiso con un servicio de calidad:** Dentro de la empresa se debe de dejar en claro que todos deben de tener el objetivo de brindarles una experiencia positiva y agradable a los clientes. **Conocimiento del propio producto o servicio:** Todo trabajador debe de contar con la información necesaria y severa acerca del producto o servicio que brinda para poder brindarle la información necesaria ya se de las características del producto o servicio que se brinda lo cual genera confianza al cliente. **No hacer esperar a un cliente:** El trato que se debe de brindar a un cliente ya sea nuevo o antiguo es el mejor tratando de optimizar el tiempo de espera, se debe de atender ágilmente y escuchar sus reclamos de manera correcta para poder hacer solución a ello. **Atender a los individuos con respeto y cortesía:** Al momento de tratar con los clientes el trato que les brindan los trabajadores debe de ser el mejor logrando impresionar, lo que ayudaría en lograr que esa persona se vuelva cliente incondicional. (p. 50)

### **Contacto visual:**

La mirada es muy importante ya que así transmitimos seguridad y confianza al cliente.

Sánchez sostiene que la mirada transmite un sinnúmero de mensajes, demostrando atención e interés. Así una mirada fija a los ojos de nuestro interlocutor establece una relación de afectividad; si es demasiado sostenida y va acompañada de determinados gestos faciales o corporales puede interpretarse como desafío, con lo que hay que tener cuidado, pues el cliente puede sentirse mal.

Bajar la mirada mientras nos hablan puede interpretarse como signo de sumisión o timidez, y de igual forma apartarla en determinados momentos puede indicar duda, desacuerdo o desinterés. De manera que mientras dialogamos no miramos a nuestro interlocutor, podemos dar la impresión de no estar seguros, o bien si desviamos la mirada podemos crear duda sobre la realidad de lo que expresamos. (P. 116)

Sánchez aclara que la sonrisa es fundamental para que el cliente se sienta cómodo y contento.

Otro aspecto visual que debemos tener en cuenta es la distancia a la que nos encontremos a la hora que nos relacionamos con los clientes. Por un lado, un trato correcto basado en el respeto y la tolerancia adoptará una visual no muy distante, que nos permita ver las expresiones de nuestro receptor, creando un espacio de confianza.

Dentro de la expresión facial descrita anteriormente cabe destacar en el trato con el cliente la sonrisa. La clave para poder predisponer a un mayor entendimiento y acercamiento es una sonrisa.

Una sonrisa acompañada de movimientos de cortesía como pueden ser levantarse para saludar o despedir a una persona, acompañarle a la puerta o salir detrás de una mesa, representa afecto y facilitan la relación, culminando un servicio con éxito y asegurándonos el seguro regreso del cliente. (P. 117)

En el capítulo anterior explica que la mirada transmite muchos mensajes a nuestro receptor de igual manera la sonrisa ya suele ser contagiosa y así llegar con más confianza al cliente. Según Sánchez.

Guardaño (2011) Define que “Generalmente, las empresas u organizaciones que ya tienen cierto tiempo en el mercado suelen tener una amplia variedad de clientes como por ejemplo de altos volúmenes de compra, compras frecuentes e compras ocasionales, quienes esperan precios especiales, servicios, tratos preferenciales entre otros que estén adaptados a sus particularidades. Esta situación se genera un gran reto a los mercadólogos porque de manera que está en juego no solo la satisfacción de la lealtad al cliente, sino que también la adecuada orientación de los esfuerzos y recursos de la empresa u organización. Por ello los mercadólogos, es muy importante que conozcan muy a fondo los diferentes tipos de clientes que tiene una empresa y la manera adecuada de como clasificarlos, para que luego se propongan variantes que permitan adaptar la oferta de la empresa a las particularidades de cada tipo de cliente” (P. 14 & 15)

## **Clientes de alto y bajo de compras**

Guardeño sostiene que tras identificar los clientes activos y a su frecuencia de compra, se puede realizar la siguiente clasificación:

Clientes con alto volumen de compras: son aquellos que generalmente realizan compras en mayor cantidad que el resto de los clientes, hasta tal punto que su participación en las ventas totales puede alcanzar entre el 50 y el 80%.

Clientes con un volumen de compras medio: son aquellos que realizan compras en un volumen que está dentro de la media general. Son clientes que están satisfechos con la empresa, el producto y el servicio, por ello realizan compras habituales. (P. 18)

## **Calidad en el Servicio**

Según Fernández y Motto (2014), define que es una parte fundamental en el proceso de venta del establecimiento. Las empresas mejoran la calidad del servicio mediante los siguientes criterios:

- Cuantificando puntos fuertes y estudiándolos para su permanencia o darle mayor relevancia, y que tienen éxito. (Fernández y Motto, 2014, p.80). Si bien se tiene que realizar estudios para identificar puntos fuertes dentro y fuera de empresa, para poder explotarlos y hacer que la empresa tenga más acogida y lo más importante competitividad dentro del rubro.

- Estudiando y cuantificando puntos débiles para subsanarlos y/o modificarlos. (Fernández y Motto, 2014, p.80). Lo más adecuado que se debe de hacer en una empresa es reestablecer estrategias para esos puntos débiles que le encontramos.
  
- Realizando mediciones y cuantificaciones, mediante encuestas, facturación, etc. (Fernández y Motto, 2014, p.80). Toda empresa debe de realizar instrumentos de evaluación para conocer su posicionamiento y su nivel de preferencia dentro del mercado y hasta incluso para saber el grado de satisfacción de los clientes con el servicio que le brindamos.

## **2.3 Marco conceptual**

### **Micro y pequeña empresa**

Es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, con la finalidad de transformar, producir y comercializar bienes y servicios, los cuales generan empleo e ingresos altamente significantes para un país.

### **Atención al cliente**

Es el servicio ofrecido por un personal capacitado para satisfacer las necesidades del cliente y consumidor, con la finalidad de retener y atraer nuevos clientes.

### **Gestión de calidad**

Es un sistema que adoptan las empresas para integrar a todo su personal, potenciándolos y obteniendo los recursos necesarios que les permita producir con calidad, cumpliendo sus objetivos.

### **Calidad en el Servicio**

Es esencial que toda empresa al momento de brindar un servicio sea con amabilidad, respeto y sobre todo de calidad que es lo que todo consumidor busca al

momento de adquirir algo, la calidad genera fidelidad y posicionamiento dentro del mercado.

### **Aspectos Básicos para lograr la satisfacción del cliente**

El conseguir la satisfacción de los clientes es un problema con el que muchas empresas lidian en la actualidad, ya que al lograr satisfacer estas necesidades se tiene que brindar un servicio de calidad, conocer nuestros productos o servicio que se brinda y sobre todo el tiempo de espera que se le hace pasar a un cliente.

### **Medios que utilizan las empresas para relacionarse con los clientes**

Lo que está revolucionando el mercado es que, si tenemos la información necesaria y oportuna de nuestros clientes llegando a reducir el tiempo de espera, otorgándoles satisfacción en su atención y sobre todo hacerles saber que se puede estar en constante cambio de acuerdo a las necesidades que se perciba.

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente estudio de investigación la Gestión de Calidad en el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018 no se planteará hipótesis por ser una investigación de nivel descriptivo.



## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Se aplicó un diseño de investigación no experimental- transversal- descriptivo.

**Fue no experimental**, porque se realizó sin manipular la variable gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente.

**Fue transversal**, porque la información se tomará en un lugar y tiempo determinado.

**Fue descriptiva**, porque consistirá en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos de la variable en estudio.

### **4.2. Población**

La población del estudio está constituida por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubros de ceviche, que se encuentran en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa. Las cuales deben estar formalizadas (contar con RUC y licencia de funcionamiento de la municipalidad) sus clientes tantos internos como externos, las que deben cumplir con un perfil contemplado en la metodología propuesta.

### **Muestra**

Se obtuvo una muestra de 8 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la avenida Brasil del distrito de nuevo Chimbote de la provincia del santa, año 2018, las cuales todas estuvieron dispuestos a brindar información necesaria para el trabajo de investigación .

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición de variable	Dimensiones	indicadores	Escala de dimensión
Perfil de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.	Son las personas que dirigen o son los encargados de las empresas encuestadas.	Edad del encuestado	-De 18 a 25 años -De 26 a 40 años -De 41 a 60 años - De 60 años a mas	Cuantitativa
		Sexo del encuestado	-Masculino -Femenino	Nominal
		Grado de instrucción académica del encuestado	-Primaria -Secundaria - Superior universitario -Superior no universitario - Sin instrucción	Ordinal
		Cargo dentro de la empresa del encuestado	-Propietario - Administrador otros	Nominal
		Tiempo que desempeña el cargo en la empresa	-De 0 a 3 años -De 4 a 6 años -De 6 años a mas	Cuantitativa

<b>Variable</b>	<b>Definición de variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>indicadores</b>	<b>medición</b>
Perfil de micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización empresarial contemplada en la legislación vigente.	Años de pertenencia en la actividad y el rubro.	- De 0 a 3 años - De 3 a 6 años - De 6 a más años	Cuantitativo
		Numero de familia que trabajen en la empresa	- De 1 a 5 - De 6 a 10 - De 11 a 15 - De 16 a mas	Cuantitativo
		Estructura de la empresa	- Formal - informal	Nominal
		Finalidad de la creación de la empresa	-Generar. ganancias - Subsistencias - Generar puesto de trabajos	Nominal

<b>Variable</b>	<b>definición</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>indicadores</b>	<b>medición</b>
La gestión de calidad	Son las actividades empresariales, bien planificadas y correctamente controlada, todo esto se realiza para obtener	Planificación	- objetivos - estrategias - procedimientos	Nominal
		Control	- comparar - evaluar - verificar	Nominal
		Aseguramiento	- comunicación - motivación	Nominal
		Mejorar calidad	- capacitación	Nominal
	Una calidad en la empresa.		-adaptar - interiorización	
Servicio atención cliente	de al es un servicio que produce las empresas que prestan servicios o que comercializan los productos con todo su cliente	Servicio	- calidad - mejoras	Nominal
		Satisfacer	- dar a conocer - negociar	Nominal
		Fidelizar	-ofertar - brindar exclusividad	Nominal
		Proceso	- estrategias .procedimientos	Nominal

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

La técnica que se utilizó para elaborar el trabajo de investigación fue la encuesta y el instrumento de cuestionario.

Encuesta: utilizada en la recolección de información obtenido directamente de los representantes de las micro y pequeñas empresas de estudio.

Cuestionario: elaborado con 23 preguntas aplicamos a los representantes del mercado en estudio. (ver anexo 4)

#### **4.5. Plan de análisis**

Se aplicó encuestas para determinar las características de los representantes de igual manera las características de las mypes en el rubro de ceviche, para que después hagamos el proceso de los resultados en el programa informático Microsoft Excel, donde se elaboran las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentajes estadísticamente para luego interpretarlos adecuadamente.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	variable	Metodología	Instrumento y procedimiento
<p>La gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro ceviche en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro ceviche, del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas</p>		<p><b>El tipo de la investigación</b> cuantitativa</p> <p><b>Nivel de la investigación</b> descriptivo</p> <p><b>Diseño de la investigación</b> no experimental</p> <p><b>El universo y muestra</b> La población del estudio está constituida por 8 micro y pequeñas</p>	<p><b>Técnica:</b> -Encuesta</p> <p><b>Instrumentos:</b> -Cuestionario estructurado</p>

<p>Santa, año 2019.</p>	<p>pequeñas empresas del sector servicio rubro ceviche en el distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018?</p>	<p>Empresas del sector servicio, rubro ceviche, del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro ceviche del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2019.</p>	<p>Atención al cliente</p>	<p>empresas del sector servicios rubro de ceviche,</p> <p>La muestra será una muestra determinada por la aplicación de la formula muestral para población finita aplicado por el investigador.</p>	
-------------------------	--	--	----------------------------	--	--

#### 4.7. Principios éticos

**Protección a las personas:** solo se hace de conocimiento la información que las personas encuestadas nos permiten.

**Confidencialidad:** Implica que la información presentada ha sido elaborada bajo diferentes libros virtuales solo para fines de investigación y no será divulgada por otras personas.

**Cuidado al medio ambiente y la biodiversidad:** Toda las personas deben de cuidar y proteger la biodiversidad, para ello se debe garantizar la conservación de los ecosistemas para mantener una buena biodiversidad.

**Libre participación y derecho de estar informado:** Tenemos todo el derecho de opinar, la libertad de expresión es el derecho que tenemos los ciudadanos de estar informados, todos aquellos que me brindaron información para la investigación lo hicieron con todo su consentimiento.

**Beneficencia y no maleficencia:** Se les asegura el bienestar de los participantes que nos colaboraron e ayudaron con nuestra investigación; y no se les causo ningún daño a las personas.

**Justicia:** Se trató con toda igualdad y equidad con a toda las personas que nos apoyaron y brindaron información para el desarrollo de la investigación



**Integridad científica:** Se conservó la integridad científica ya que se manifestó los conflictos de interés en la investigación y no se manifestaron daños a las personas que me brindaron la información para mi investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la avenidas Brasil Nuevo chimbote, Año 2018*

Características de los representantes	N	%
Edad		
De 18 a 30 años	6	75.00
de 31 a 50 años	1	12.50
de 51 a más años	1	12.50
Total	8	100.00
Genero		
Masculino	6	75.00
Femenino	2	25.00
Total	8	100.00
Grado de Instrucción		
Sin Instrucción	1	12.50
Educación Básica	4	50.00
Superior no Universitario	0	0.00
Superior Universitario	3	37.50
Total	8	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	3	37.50
Administrador	5	62.50
Total	8	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 Años	5	62.50
4 a 6 Años	3	37.50
7 a más Años	0	0.00
Total	8	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018

**Tabla 2**

*Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la avenida Brasil del distrito de nuevo Chimbote de la provincia del santa, año 2018*

Características de las Micro y Pequeñas Empresas	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 Años	4	50.00
4 a 6 Años	4	50.00
7 a más Años	0	0.00
Total	8	100.00
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	6	75.00
6 a 10 trabajadores	2	25.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	8	100.00
Las Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	0	0.00
Personas no familiares	8	100.00
Total	8	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	8	1.00
Subsistencia	0	0.00
Total	8	1.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018.

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018.*

Gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente	N	%
Conoce el termino Gestión de calidad		
Si	3	37.50
No	2	25.00
Tengo cierto conocimiento	3	37.50
Total	8	100.00
técnicas modernas de la gestión de calidad conoce		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	8	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	8	100.00
dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad		
Poca iniciativa	3	37.50
Aprendizaje lento	0	0.00
No se adapta a los cambios	4	50.00
Desconocimiento del puesto	1	12.50
Otros	0	0.00
Total	8	100.00
técnicas para medir el personal conoce		
La observación	6	75.00
La evaluación	2	25.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	8	100.00

Continúa...

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018.*

La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	N	%
Si	8	100.00
No	0	0.00
Total	8	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas		
SI	5	62.50
No	0	0.00
A veces	3	37.50
Total	8	100.00
El termino atención al cliente		
Si	6	75.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	2	25.00
Total	8	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio a sus clientes		
Si	6	75.00
No	0	0.00
A veces	2	25.00
Total	8	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese		
Si	8	100.00
No	0	0.00
Total	8	100.00

Continúa...

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018.*

Concluye...

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	N	%
Comunicación	2	25.00
Confianza	6	75.00
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	8	100.00
Factores para la calidad al servicio que brinda		
Atención personalizada	0	0.00
Rapidez en la entrega del producto	8	100.00
Las instalaciones	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	8	100.00
La atención que brinda a los clientes		
Buena	8	100.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
Total	8	100.00
Está dando una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una mala organización de los trabajadores	0	0.00
Si brindan una buena atención al cliente	8	100.00
Total	8	100.00
Resultados logrados al brindar una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	5	62.50
Fidelización de los clientes	0	0.00
Posicionamiento de la empresa	2	25.00
Incremento en las ventas	1	12.50
Total	8	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018.

## 5.2 Análisis de Resultados

**Tabla 1. Referente a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.**

Edad de los representantes: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 18 a 30 años de edad, lo cual contrasta con Sánchez (2014) quien determina que el 50% tienen de 30 a 40 años de edad, a su vez contrasta con Marchand (2018) quien determina que el 100% tienen de 40 a 49 años de edad, así mismo Bueno (2018) quien determina que el 62,5% tienen de 31 a 50 años de edad, finalmente contrasta con Figueroa (2018) quien determina que el 50% tienen de 31 a 50 años de edad. Esto demuestra que los representantes son jóvenes que incursionan en negocios del rubro de ceviche, se puede decir que son emprendedores con habilidades y ganas de generar desarrollo.

Género de los representantes: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, esto coincide con Marchand (2018) quien determina que el 100% son de género masculino, a su vez coincide con Figueroa (2018) quien determina que el 62,5% son de género masculino. Pero contrasta con Bueno (2018) quien determina que el 50% son de género femenino. Esto demuestra que los representantes en su mayoría son varones los que guían y crean este tipo de negocios en la actualidad.

Grado de instrucción de los representantes: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen educación básica, esto coincide con Fernando (2016) quien determina que el 36,4% tienen educación secundaria, a su vez coincide con Bueno (2018) quien determina que el 50% tienen grado de instrucción secundaria. Pero contrasta con Sánchez (2014) quien determina que el 40% tienen estudios superiores completos, a su vez contrasta con Marchand (2018) quien determina que el 50% tienen nivel de instrucción técnico, así mismo contrasta con Figueroa (2018) quien determina que el 62,5% tienen grado de instrucción superior universitaria. Esto demuestra que los representantes son personas que incursionan en estos negocios de manera empírica sin conocer y saber mucho del tema, tan solo con la experiencia es que ellos empujan y forjan su desarrollo.

Cargo que desempeñan los representantes: El 62,05% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el cargo de administrador, esto contrasta con Bueno (2018) quien determina que el 75% de representantes desempeñan el cargo de dueños, a su vez contrasta con Figueroa (2018) quien determina que el 87,5% de los representantes son dueños. Esto demuestra que los representantes ocupan el cargo de administradores en lo cual planifican, guían y organizan.

Tiempo que desempeña el cargo: El 62,05% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años en el cargo, esto se asemeja con Sánchez (2014) quien determina que el 50% tienen más de 1 años en el cargo. Pero contrasta con Bueno (2018) quien determina que el 50% tienen de 4 a 6 años en el cargo, a su vez contrasta con Figueroa (2018) quien determina que el 50% tienen de más de 7



años en el cargo. Esto demuestra que los representantes no tienen mucho tiempo en el cargo lo cual puede ser un poco dificultoso, en conocer todo sobre la empresa, para poder realizar una buena función.

**Tabla 2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurante de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.**

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 6 años de permanencia en el rubro, lo cual coincide con Bueno (2018) quien determina que el 62,5% tienen en el rubro de 4 a 6 años. Pero contrasta con Figueroa (2018) quien determina que el 62,5% tienen de 7 años a más en el rubro. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas aún están ganando reconocimiento y generando estabilidad dentro del mercado competitivo.

Número de trabajadores: El 75% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, lo cual coincide con Bueno (2018) quien determina que el 62,5% tienen de 1 a 5 trabajadores, a su vez coincide con Marchand (2018) quien determina que el 50% tienen de 3 a 5 trabajadores. Pero contrasta con Figueroa (2018) quien determina que el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas cuentan con un personal no tan adecuado para ceviche donde el trabajo es agotador y sobre todo se requiere atender de la mejor manera.

Las personas que trabajan en la empresa: El 100% de las micro y pequeñas empresas cuentan con personas no familiares trabajando, esto coincide con Bueno

(2018) quien determina que el 87,5% tiene a personas no familiares laborando, a su vez coincide con Figueroa (2018) quien determina que el 75% tiene a personas no familiares laborando. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas tienen de trabajadores a personas fuera de vínculo familiar, esto indica que han sido seleccionado por una convocatoria de personal.

Objetivo de creación: El 100% de las micro y pequeñas empresas se han creado con el fin de generar ganancias, esto coincide con Bueno (2018) quien determina que el 62,5% tiene como objetivo generar ganancias, a su vez coincide con Figueroa (2018) quien determina que el 87,5% tiene como finalidad generar ganancias. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas tienen la finalidad de generar ganancias para suplir necesidades de los dueños.

**Tabla 3. Referente a las características de una gestión de calidad en el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.**

Conoce el término Gestión de Calidad: El 37,05% de micro y pequeñas empresas si tienen conocimiento, de igual manera el otro 37,05% tiene cierto conocimiento, esto coincide con Figueroa (2018) quien determina que el 62,5% conoce el término de gestión de calidad. Pero contrasta con Bueno (2018) quien determina que el 62,5% no conoce el término gestión de calidad. Esto demuestra que

las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad dentro de sus negocios para su desarrollo adecuado y brindar el servicio deseado.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: El 100% de las micro y pequeñas empresas en estudio dicen conocer Atención al cliente como técnica moderna, esto coincide con Bueno (2018) quien determina que el 62,5% utiliza la técnica moderna de atención al cliente, a su vez coincide con Figueroa (2018) quien determina que el 62,5% utiliza atención al cliente como técnica moderna. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas tiene conocimiento de la técnica moderna de atención al cliente lo que les favorece en saber cómo satisfacer las necesidades primordiales de los clientes y lo que ellos pueden pensar.

Dificultades del personal para implementar la Gestión de Calidad: El 50% de las micro y pequeñas empresas dicen que la dificultad del personal es que no se adaptan a los cambios, esto coincide con Bueno (2018) quien indica que el 75% aseguran que la dificultad es que no se adaptan a los cambios. Pero contrasta con Figueroa (2018) quien indica que el 50% menciona que la dificultad es el aprendizaje lento. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas tienen personal el cual no se adapta a los cambios que se generan años tras año, lo que genera desventaja para el desarrollo y llegar a ser competitivo dentro del mercado.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 75% de las micro y pequeñas empresas menciona que la técnica que usan es la observación, esto coincide con Bueno (2018) quien menciona que el 87,5% miden el rendimiento mediante la

observación, a su vez coincide con Figueroa (2018) quien menciona que el 75% mide el rendimiento mediante la observación. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas siguen utilizando el método de la observación para evaluar el rendimiento de su personal, pero esto demuestra que no generan o no optan por otras opciones de calificar o evaluar el rendimiento de sus trabajadores.

La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio: El 100% de las micro y pequeñas empresas dicen que la gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio, esto coincide con Bueno (2018) quien indica que el 62,5% dicen que la gestión de calidad contribuye al rendimiento de sus empresas. Pero contrasta con Figueroa (2018) quien indica que el 62,5% dicen que la gestión de calidad a veces contribuye al rendimiento del negocio. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas hacen uso de la gestión de calidad lo que les da como resultados servicio y clientes satisfechos con todo lo realizado.

La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas: El 62,05% de las micro y pequeñas empresas mencionan que la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas, así mismo el 37,05% dice que a veces la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas la gestión de calidad es favorable para el desarrollo de una empresa, el cual encamina a la rentabilidad y competitividad.

Termino Atención al Cliente: El 75% de las micro y pequeñas empresas dicen si conocer el termino, esto coincide con Bueno (2018) quien menciona que el 62,5%

si tiene conocimiento de termino Atención al cliente, a su vez coincide con Figueroa (2018) quien menciona que el 100% dice si conocer el termino Atención al cliente. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas conocer el termino atención al cliente, lo que les permite saber los principios y reglas que ayudan a poder enfocarse en satisfacer las necesidades de todos sus clientes.

Aplica gestión de calidad en el servicio a sus clientes: El 75% de las micro y pequeñas empresas dicen si aplicar gestión de calidad, esto coincide con Figueroa (2018) quien indica que el 75% si aplica gestión de calidad. Pero contrasta con Bueno (2018) quien indica que el 62,5% a veces aplica gestión de calidad. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas llevan tiempo aplicando gestión de calidad en el servicio que brindan lo que hacen que se expandan y generen posición dentro del mercado.

La atención al cliente es fundamental para que este regrese: El 100% de las micro y pequeñas empresas dicen que la atención al cliente si es fundamental, esto contrasta con

Bueno (2018) quien indica que el 50% dicen que a veces la atención al cliente es fundamental, a su vez contrasta con Figueroa (2018) quien indica que el 50% consideran que a veces la atención al cliente es fundamental. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas conocen que si brindan la atención necesaria y oportuna a sus clientes estos regresan, de lo contrario pierden clientes y reconocimiento.

Herramientas que utiliza para dar un servicio de calidad: El 75% de las micro y pequeñas empresas dicen que utilizan la confianza como herramienta, esto coincide con Bueno (2018) quien menciona que el 50% utilizan la confianza como herramienta, a su vez coincide con Figueroa (2018) quien menciona que el 62,5% utiliza la confianza como herramienta. Esto demuestran que las micro y pequeñas empresas utilizan la confianza en su personal y capacitación que les dan para poder brindar un servicio de calidad.

Principales factores para la calidad al servicio que se brinda: El 100% de las micro y pequeñas empresas mencionan que la rapidez en la entrega del producto es el principal factor, esto contrasta con Bueno (2018) quien menciona que el 50% considera como factor importante en el servicio la atención personalizada, a su vez contrasta con Figueroa (2018) quien menciona que el 50% considera como factor importante en el servicio son las instalaciones. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas saben que el entregar rápido el producto o servicio a sus clientes es esencial, este punto es primordial para que los clientes escojan las preferencias y sobre todo ven la atención y el servicio que se les brinda.

La atención que brinda a los clientes: El 100% de las micro y pequeñas empresas dicen que su atención es buena, esto coincide con Bueno (2018) quien menciona que el 62,5% brinda una buena atención, a su vez coincide con Figueroa (2018) quien menciona que el 87,5% brinda una buena atención. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas al aplicar tantos puntos favorables como gestión de

calidad su atención va de la mano y es buena para generar fidelización y competitividad.

Considera que está dando una mala atención: El 100% de las micro y pequeñas empresas consideran que, si brindan una buena atención al cliente, esto coincide con Figueroa (2018) quien menciona que el 100% no está dando una mala atención. Pero contrasta con Bueno quien menciona que el 51% está brindando una mala atención por no contar con suficiente personal. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas consideran que brindan una buena atención a sus clientes, sabes que si no brindan una buena atención y servicio no tendrán acogida por los clientes llevándolos a fracasos como muchos negocios que desconocen la importancia de la atención al cliente.

Resultados logrados al brindar una buena atención al cliente: El 62,5% de las micro y pequeñas empresas lograron clientes satisfechos, esto coincide con Figueroa (2018) quien menciona que el 62,5% ha logrado obtener clientes más satisfechos. Pero contrasta con Bueno (2018) quien menciona que el 37,5% ha logrado obtener fidelidad de los clientes. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas cumplieron unos de los objetivos primordiales de toda empresa que es lograr clientes satisfechos.

## **VI CONCLUSIONES**

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 18 a 30 años de edad, son de género masculino, siendo los administradores, desempeñan el cargo de 0 a 3 años dirigiendo y tienen grado de instrucción educación básica.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen trabajando a personas no familiares, se crearon para generar ganancia. Así mismo la mayoría tiene de 1 a 5 trabajadores y el tiempo de permanencia en el rubro está relativamente dividido entre 0 a 3 años y 4 a 6 años.

La totalidad conoce la técnica moderna de gestión de calidad a la atención al cliente, consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio, dicen que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese, consideran que la rapidez en la entrega del producto es el principal factor la calidad al servicio, dicen que la atención que brindan es buena, mencionan que brindan una buena atención al cliente. A su vez la mayoría tiene como dificultad el no adaptarse a los cambios, solo conocen la observación como técnica de medir el rendimiento del personal, consideran que la gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos y metas, también conocen el termino atención al cliente, aplican la gestión de calidad en su servicio, utilizan la herramienta de la confianza para un servicio de calidad, lograron clientes satisfechos mediante una buena atención al cliente. Así mismo la minoría si conoce y tiene poco conocimiento del termino gestión de calidad.



## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Programar capacitaciones al personal de manera mensual, sobre la atención y los tipos de clientes con los que pueden lidiar, debido a que en la actualidad el cliente es más exigente con el servicio que se le brinda.

Generar un buen clima laboral a través de reuniones, charlas, involucrándolos con el buen servicio que se le debe brindar al cliente y la fidelización que se quiere generar, estos eventos se puede dar antes de abrir para hablar y comprometerlos a tener un buen día, mencionarles que a base de respeto y atención se gana a los clientes.

Incentivar al personal con puntos, bonos, remuneraciones extras, con las ventas pero de manera grupal al finalizar la semana llevar un registro de ventas y poder analizar sobre el desarrollo, en base a ello se les le da el incentivo a todos por el progreso y avance de la empresa.

Incrementar el número de personal, para poder que brindará un mejor servicio al cliente.

Incrementar las variedades de platos, para mantener satisfecho al cliente y para que los consumidores que ingresan al local se conviertan en clientes fidelizados.

Deben implementar un buzón de sugerencias y reclamos, para que los consumidores y clientes puedan participar en el desarrollo de las estrategias, dado que al identificar las quejas y sugerencias éstas podrán mejorar continuamente los procesos en cuanto a gestión de calidad y atención al cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arenal, C. (2017). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=2&docID=5190124&tm=1541640772061>

Armada E. (2015). *La Satisfacción del Usuario como Indicador de Calidad en el Servicio Municipal de Deportes. Percepción, Análisis Evolución* (Tesis para optar al grado de Doctor). Universidad de Murcia.

Balague N. (2014). *Gestión de Calidad en la Biblioteca*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3221821&ppg=1>

Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=18&docID=3175055&tm=1541639216431>

Bueno M. (2018). *Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril, Chimbote, 2016* (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote.

Congreso de la Republica (2013). *Ley N° 30056 que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento*

*empresarial*. Recuperado de:

[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/\\$FILE/30056.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/29793AB3817C627505257EF400034156/$FILE/30056.pdf)

Cortez M. (2017). *Sistema de Gestión de Calidad (ISO-9001: 2015)*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&ppg=45>

Errante D. (2015). *Modelo de Gestión de calidad total dirigido a Pymes de automatización Industrial en Venezuela (Para optar al título de Maestría en Administración de Empresas)*. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Fernando J. (2016). *La Gestión por procesos en su papel de Estrategia Generadora de ventaja Competitiva aplicada a los Enfoques de Asociatividad de las Mypes: Caso Peruano (Tesis para optar el título de Doctorado en Administración y Dirección de Empresas)*. Universitat Politècnica de Catalunya, España.

Fernández y Motto (2014). *Servicio y Atención al Cliente en restaurante*. Recuperado

de:<https://books.google.com.pe/books?id=MwMfBQAAQBAJ&lpg=PP1&dq=atencion%20al%20cliente%20en%20restaurantes&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>

e

Figuroa C. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, jr. Ladislao espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016 (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote.*

García M. J. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor (UF0036).*

Recuperado de:

<http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3211429>

García M. J. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor (UF0036).*

Recuperado de:

<http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3211429>

Gonzales O. (2016). *Sistema de Gestión de Calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO.*

Recuperado de:

[https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&lpg=PP1&dq=gesti  
n%20de%20calidad&pg=PP1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&lpg=PP1&dq=gesti%20n%20de%20calidad&pg=PP1#v=onepage&q&f=false)

Guardaño, L. M. D. R. (2011). *Atención al cliente en el proceso comercial: actividades administrativas en la relación con el cliente. "Clasificación de los clientes".*

Málaga, ES: IC Editorial. Página 70 –77. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.unad.edu.co:2077/lib/unadsp/reader.action?docID=10692985&ppg=70>

*Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 28015 (2013). Título I Disposiciones Generales.* Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Marchand M. (2018) *Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las mypes del Sector Servicios, Brókers de Seguros del distrito de Calleria, año 2017 (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración).* Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa.

*Norma Internacional ISO 9001 (2015). Sistema de Gestión de Calidad-Requisitos.* Recuperado de: <https://www.bps.gub.uy/bps/file/13060/1/normativa-internacional-iso9001.2015.pdf>

Ishikawa K.(1989) *Introducción al control de calidad.* Recuperado de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3175208>

Ongallo, C. (2012) *La atención al cliente y el servicio postventa.* Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de:

[Http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=11038743&ppg=3](http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=11038743&ppg=3)

Pola, M. Á. (1988). *Gestión de la calidad. Barcelona, ES: Marcombo*. Recuperado de:  
<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?ppg=11&docID=10316208&t m=1499023486525>

## ANEXOS

### Anexo 1: Esquema de cronograma de actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																		
N °	Actividades	AÑO 2018								AÑO 2019								
		SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Elaboración del Proyecto	x																
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X															
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de investigación			x														
4	Exposición del proyecto al Jurado de investigación				X													
5	Mejora del marco teórico y metodológico					x	x	x	x									
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información									X								
7	Elaboración del consentimiento informado										X							
8	Recolección de datos											x						
9	Presentación de resultados											x						
10	Análisis e Interpretación de los resultados												X					
11	Redacción del informe preliminar												x					
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X				
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación														x			
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															x		
15	Redacción de artículo científico																	x



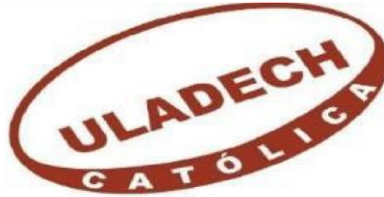
**ANEXSO 2**  
**Esquema de presupuesto**

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
Impresiones	25.00	3	75.00
Fotocopias	20.00	2	40.00
Empastado	50.00	1	50.00
Papel bond A-4 (500 hoja)	12.00	2	24.00
Lapiceros	2.50	3	7.5
<b>Servicios</b>			<b>196.50</b>
Uso de turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub Total</b>			<b>296.50</b>
Gastos de Viaje			
Pasajes para recolectar información	15.00	3	50.00
<b>Sub total</b>			<b>346.50</b>
Total Presupuesto desembolsable			
<b>Pre supuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (s/.)</b>
<b>Servicios</b>			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	35.00	140.00	
Búsqueda de información en base de datos	25.00	50.00	
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	160.00	
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	50.00	
<b>Sub Total I</b>			<b>400.00</b>
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	50.00	4	200.00
<b>Sub Total</b>			<b>200.00</b>
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
<b>Total</b>			<b>852.00</b>

**ANEXO 3**  
**Cuadro de sondeo**

<b>N°</b>	<b>RAZON SOCIALN</b>	<b>DIRECCION</b>
1	Rico Chimbote	Av. Brasil
2	El Pescadito	Av. Brasil
3	El Picantito	Av. Brasil
4	Ceviche con Calle	Av. Brasil
5	Cevicheria el Brijo	Av. Brasil
6	La Mera Sazón	Av. Brasil
7	Picanteria las Malvinas	Av. Brasil
8	Jhens Per	Av. Brasil

**Anexo 4**  
**Cuestionario de atención al cliente**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: La Gestión de Calidad en el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018. Para obtener el título de licenciada 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**

**0. ¿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**  
**HOJA DE TABULACIÓN**

**Tabla 1.** Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Edad</b>	18-30 años	IIII	6	75.0
	31-50 años	I	1	12.50
	51 a más años	I	1	12.50
	<b>Total</b>	<b>IIII-I-I</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Género</b>	Masculino	IIII	6	75.0
	Femenino	II	2	25.0
	<b>Total</b>	<b>IIII-II</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Grado de instrucción</b>	Sin instrucción	I	1	12.50
	Educación básica	III	4	50.0
	Superior no universitaria	0	0	0.0
	Superior universitaria	III	3	37.50
	<b>Total</b>	<b>I-III-III</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Cargo que desempeña</b>	Dueño	III	3	37.50
	Administrador	IIII	5	62.50
	<b>Total</b>	<b>III-IIII</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Tiempo que desempeña el cargo</b>	0 a 3 años	IIII	5	62.50
	4 a 6 años	III	3	37.50
	7 a más años	0	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIII-III</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>

**Tabla 2.** Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios. rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la avenida Brasil del distrito de nuevo Chimbote de la provincia del santa, año 2018

<b>Presupuestos</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Permanencia de la empresa en el rubro</b>	0 a 3 años	III	4	50.0
	4 a 6 años	III	4	50.0
	7 a más años	0	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>III-III</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Número de trabajadores</b>	1 a 5 trabajadores	IIII	6	75.0
	6 a 10 trabajadores	II	2	25.0
	11 a más trabajadores	0	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIII-II</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Personas que trabajan en su empresa</b>	Familiares	0	0	0.0
	Personas no familiares	IIIIII	8	100.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Objetivo de creación</b>	Generar ganancia	IIIIII	8	100.0
	Subsistencia	8	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>



**Tabla 3.** Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018.

<b>Presupuestos</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
<b>Conocimiento del termino gestión de calidad</b>	Si	III	3	90.0
	No	II	2	10.0
	Tiene cierto conocimiento	III	3	0.0
	<b>Total</b>	<b>III-II-III</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>	Benchmarking	0	0	0.0
	Atención al cliente	IIIIII	8	100.0
	Empowerment	0	0	0.0
	Las 5 S	0	0	0.0
	Outsourcing	0	0	0.0
	Otros	0	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII</b>	<b>0</b>	<b>100.0</b>
<b>Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad</b>	Poca iniciativa	III	3	37.50
	Aprendizaje lento	0	0	0.0
	No se adapta a los cambios	IIII	4	50.0
	Desconocimiento del puesto	0	1	12.50
	Otros	0	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>III-IIII-I</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
	La observación	IIII	6	75.0

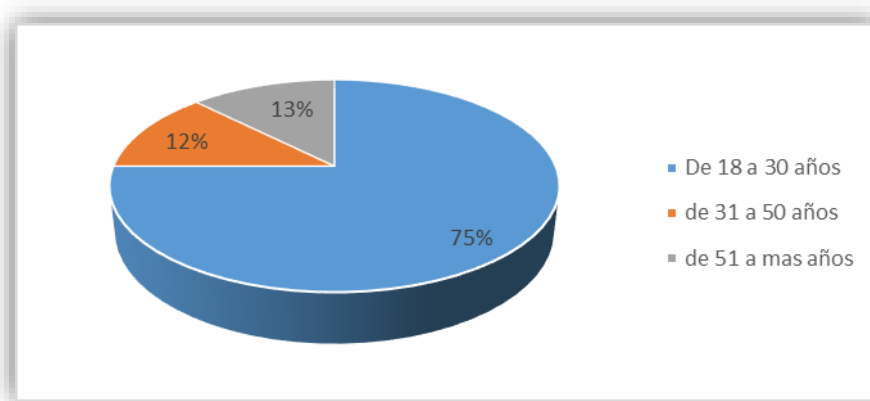
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>	La evaluación	II	2	25.0
	Escala de puntuaciones	0	0	0.0
	Evaluación de 360°	0	0	0.0
	Otros	0	0	10.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-II</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
	<b>La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio</b>	Si	IIIIII	8
	No		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa</b>	Si	IIII	5	100.0
	No	0	0	0.0
	A veces	3	3	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIII-III</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Conoce el termino atención al clientes</b>	Si	IIII	6	75.0
	No	0	0	0.0
	Tengo cierto conocimiento	2	2	25.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-II</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes</b>	Si	IIII	6	75.0
	No	0	0	0.0
	A veces	II	2	25.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-II</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento</b>	Si	IIIIII	8	100.0
	No	0	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Herramientas que utiliza para un servicio de calidad</b>	Comunicación	II	2	25.0
	Confianza	IIII	6	75.0
	Retroalimentación	0	0	0.0
		0	0	0.0

	Ninguno			
	<b>Total</b>	<b>II-IIIIII</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Principales factores que utilizas para dar calidad al servicio que brinda</b>	Atención personalizada	0	8	0.0
	Rapidez en la entrega de los productos	IIIIIIII	8	100.0
	Las instalaciones	0	0	0.0
	Ninguna	0	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Como considera la atención que brinda a los clientes</b>	Buena	IIIIIIII	8	100.0
	Regular	0	0	0.0
	Mala	0	0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Considera usted que se está dando una mala atención al cliente</b>	No tiene suficiente personal	0	1	0.0
	Por una mala organización de los trabajadores	0	0	0.0
	Si brindan una buena atención al Cliente	IIIIIIII	8	100.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>
<b>Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente</b>	Clientes satisfechos	IIII	5	620.50
	Fidelización de los clientes	0	0	0.0
	Posicionamiento en la empresa	II	2	25.0
	Incrementos en las ventas	I	1	12.0
	<b>Total</b>	<b>IIII-II-I</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>

## ANEXO 6

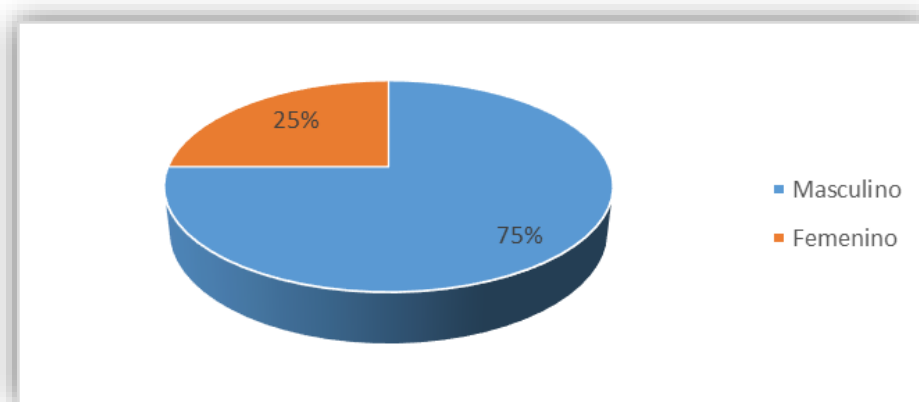
### FIGURAS

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018



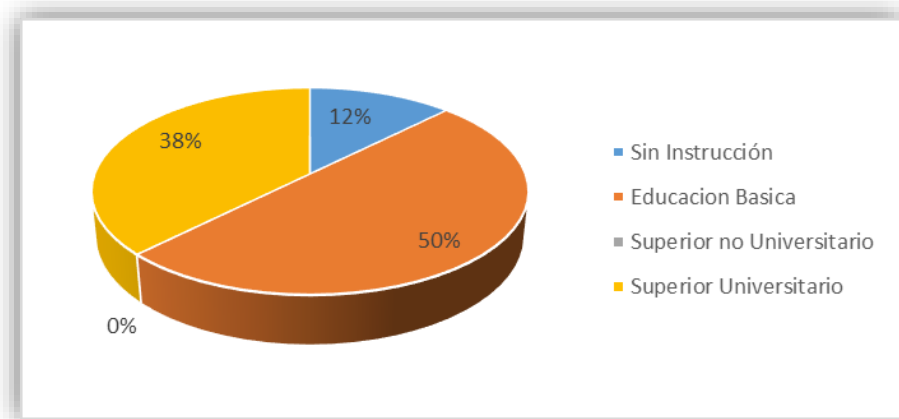
**Figura 1. Edad**

**Fuente.** Tabla 1

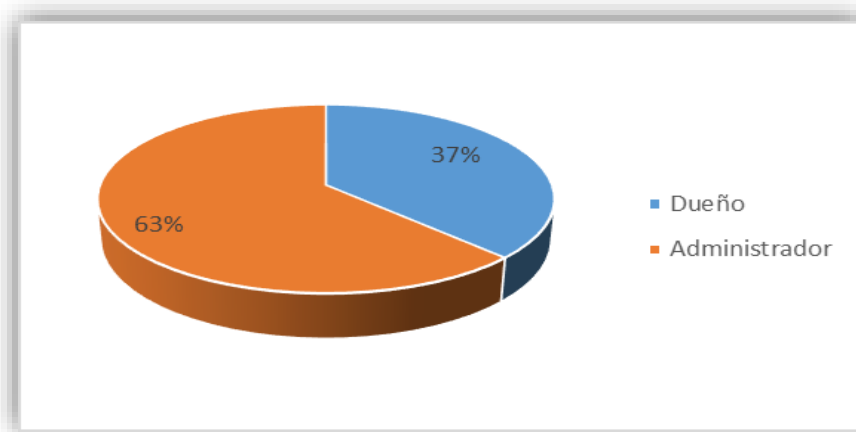


**Figura 2. Género**

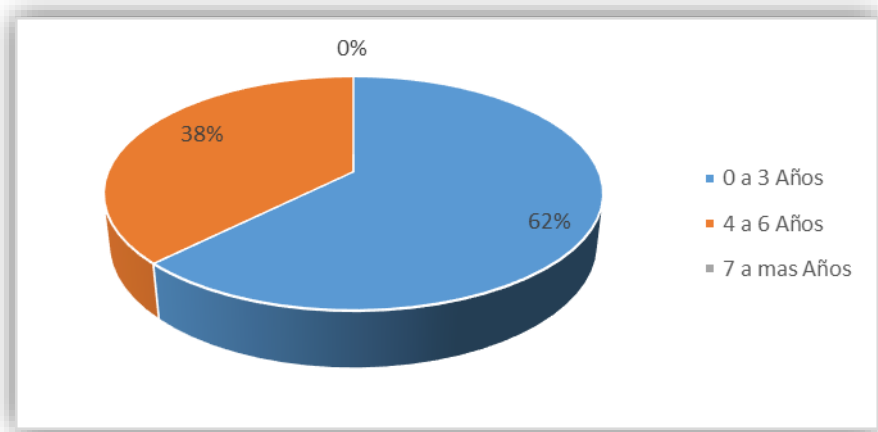
**Fuente.** Tabla 1



**Figura 3.** Grado de Instrucción  
**Fuente.** Tabla 1



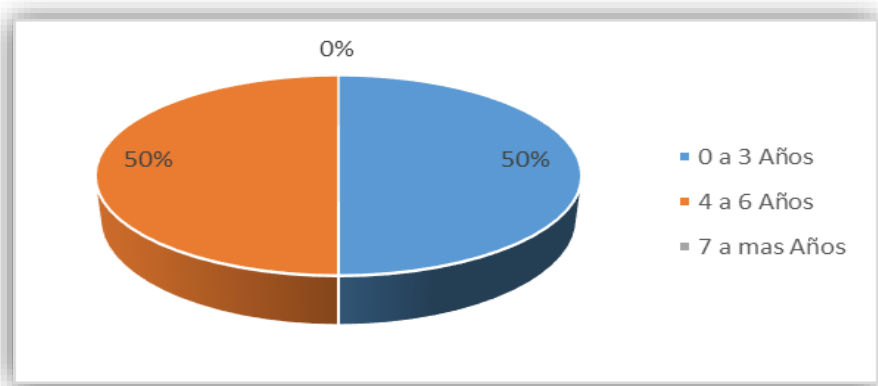
**Figura 4.** Cargo que desempeña  
**Fuente.** Tabla 1



**Figura 5.** Cargo que desempeña

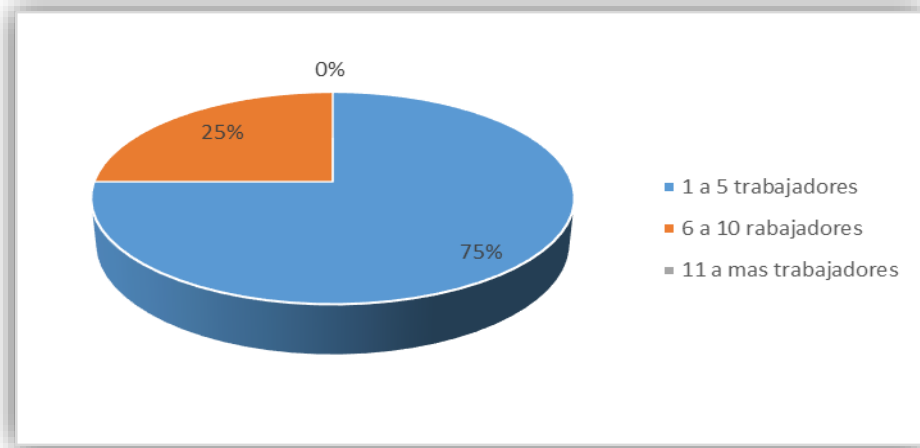
**Fuente.** Tabla 1

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurante de venta de ceviche ubicados en la Avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2018.

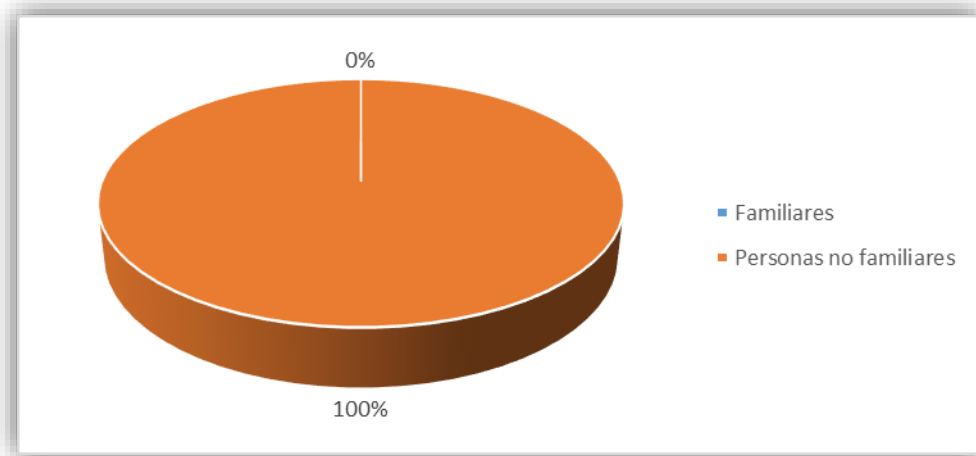


**Figura 6.** Tiempo de permeancia de la empresa en el rubro

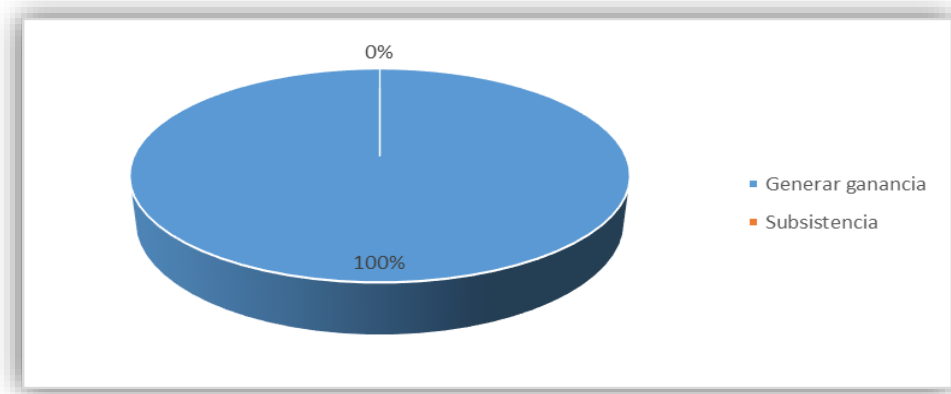
**Fuente.** Tabla 2



**Figura 7.** Número de trabajadores  
**Fuente.** Tabla 2

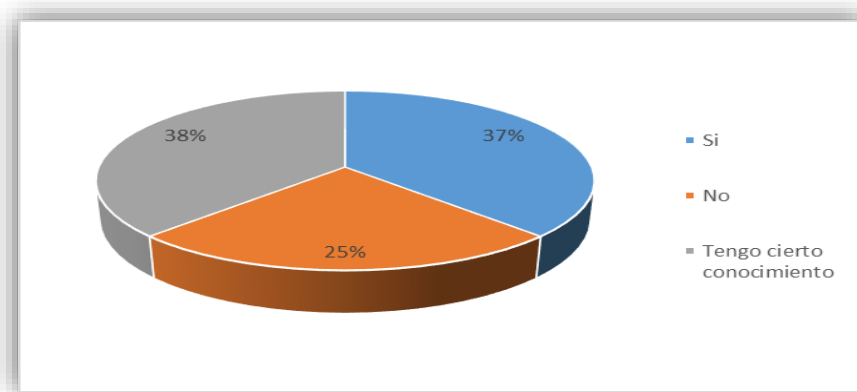


**Figura 8.** Las Personas que trabajan en su empresa  
**Fuente.** Tabla 2



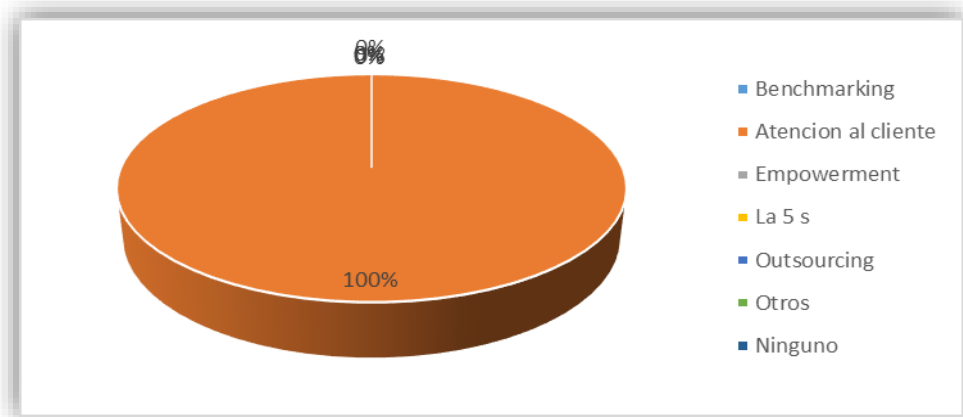
**Figura 9.** Objetivo de creación  
**Fuente.** Tabla 2

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de venta de ceviche ubicado en la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, Año 2018



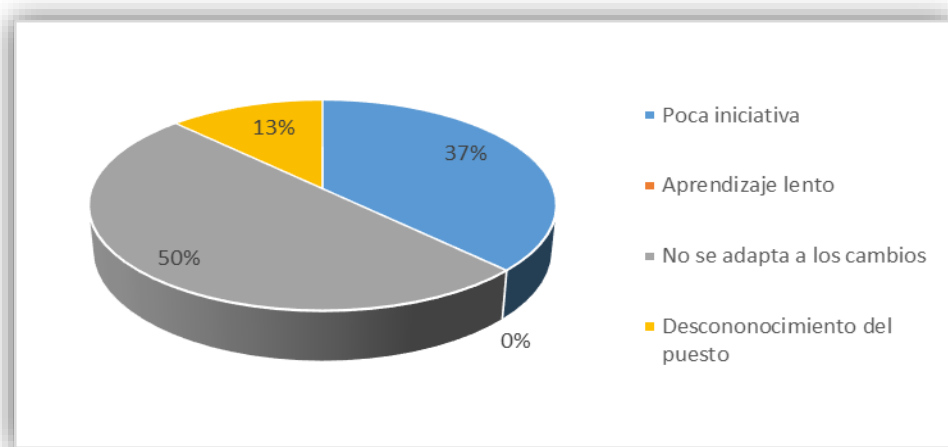
**Figura 10.** Conoce el termino Gestión de calidad  
**Fuente.** Tabla 3





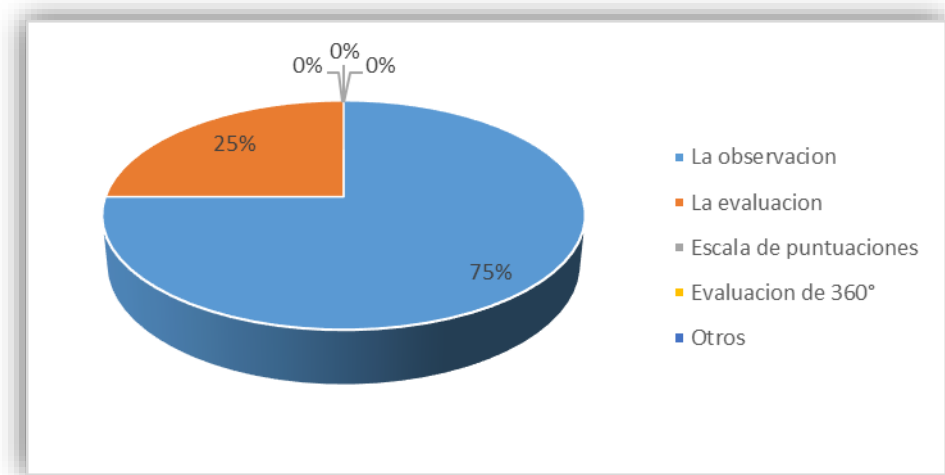
**Figura 10.** Que técnicas moderadas de la gestión de calidad conoce

**Fuente.** Tabla 3

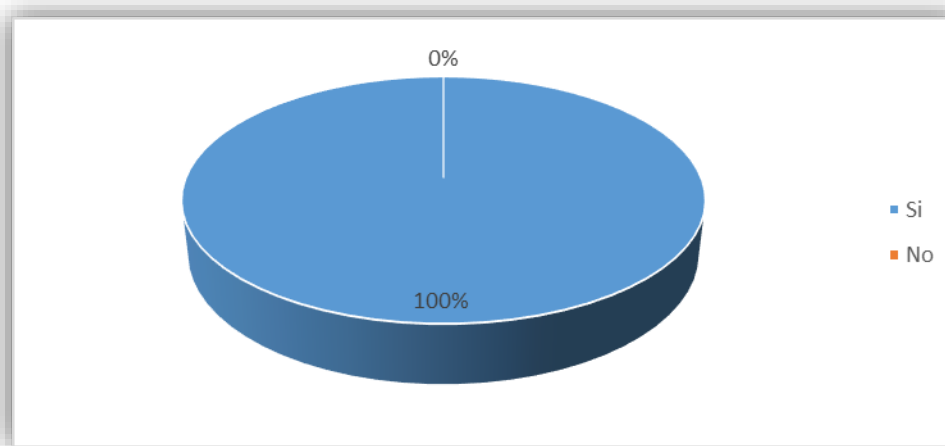


**Figura 12.** Que dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad

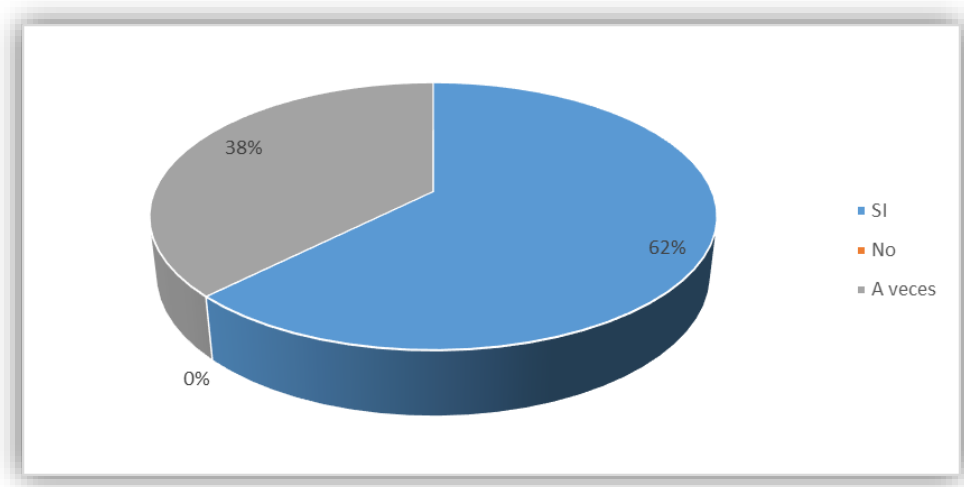
**Fuente.** Tabla 3



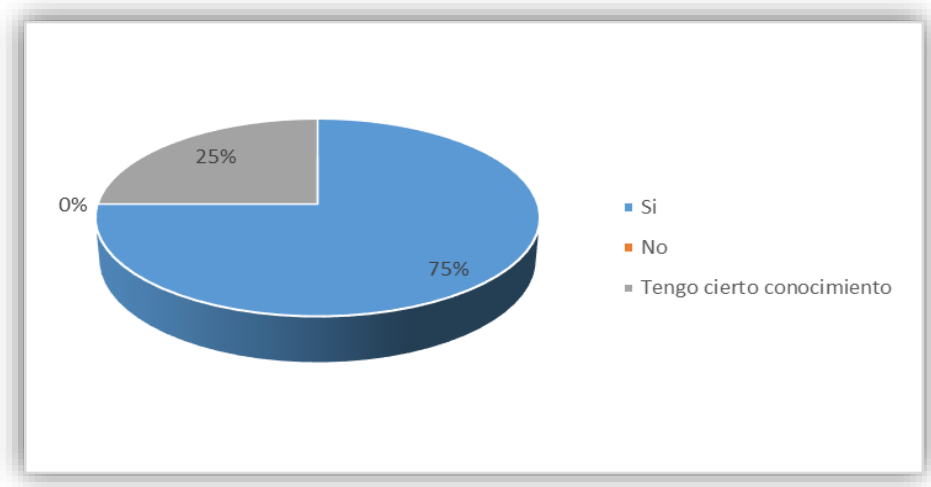
**Figura 13.** Que técnicas para medir al personal conoce  
**Fuente.** Tabla 3



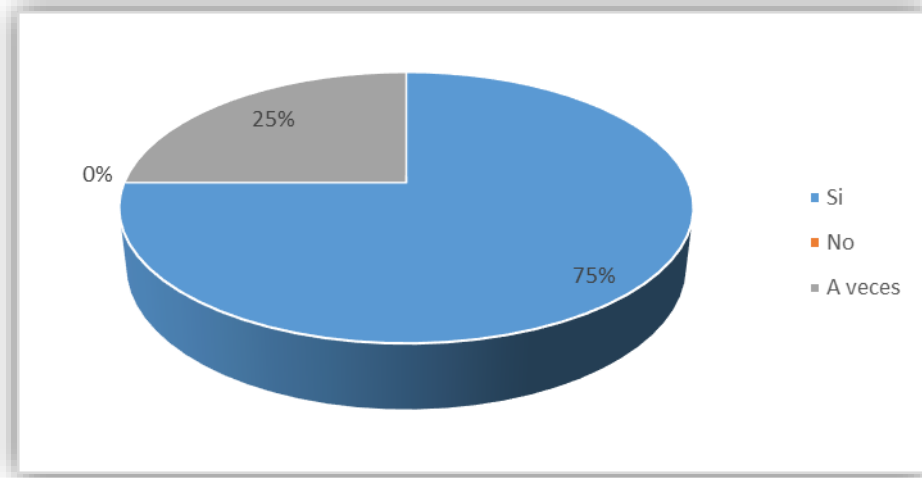
**Figura 14.** La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio  
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 15.** La gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas  
**Fuente.** Tabla 3

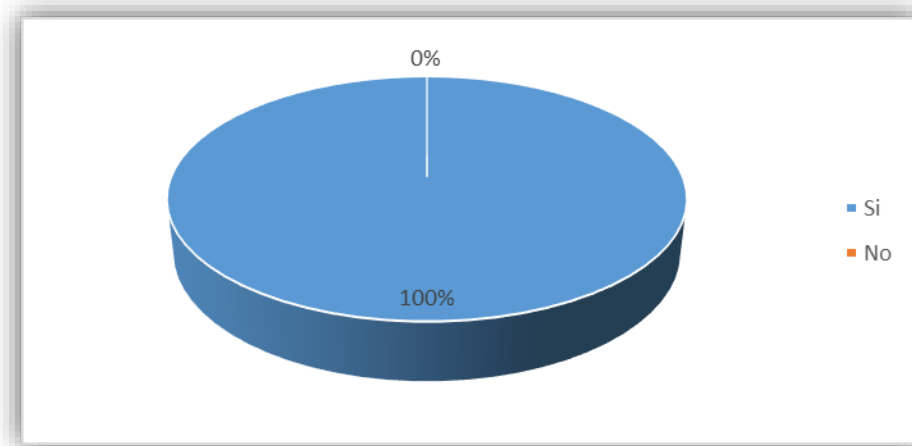


**Figura 16.** Conoce el término atención al cliente  
**Fuente.** Tabla 3



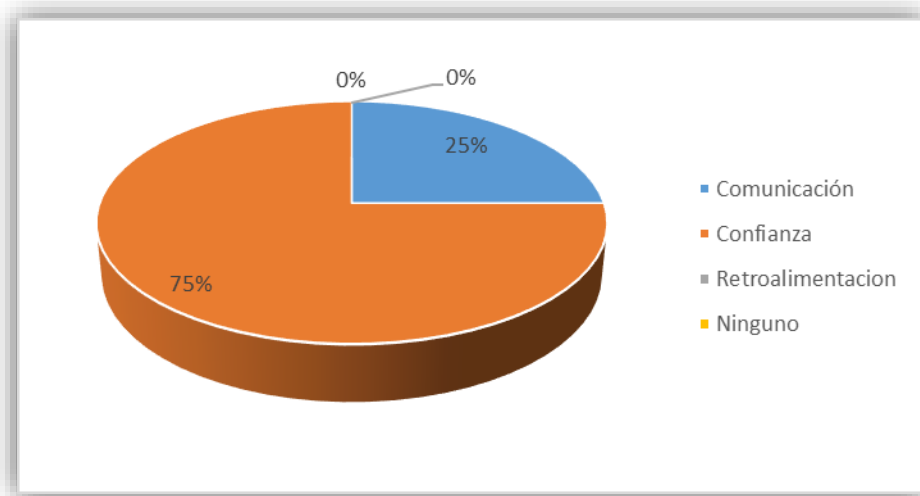
**Figura 17.** Aplica la gestión de calidad en el servicio a sus clientes

**Fuente.** Tabla 3

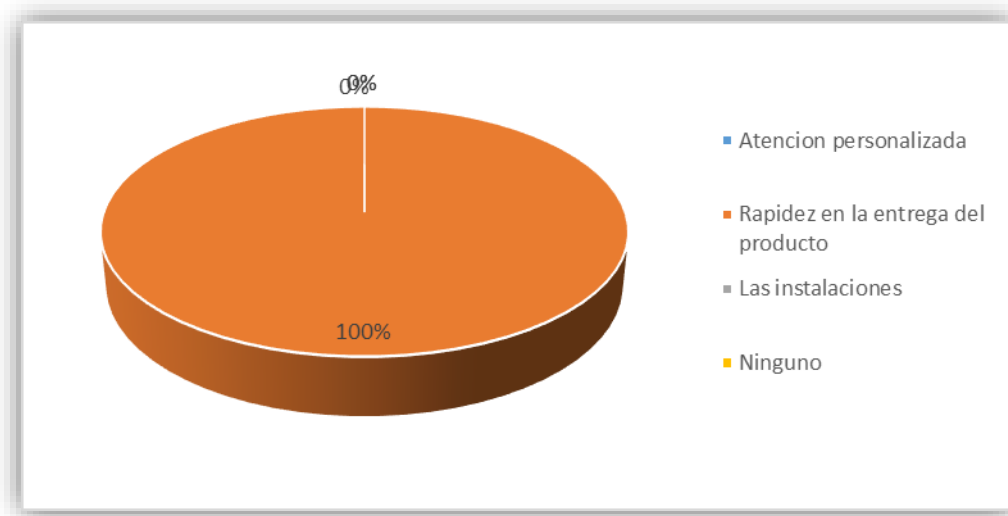


**Figura 18.** Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese

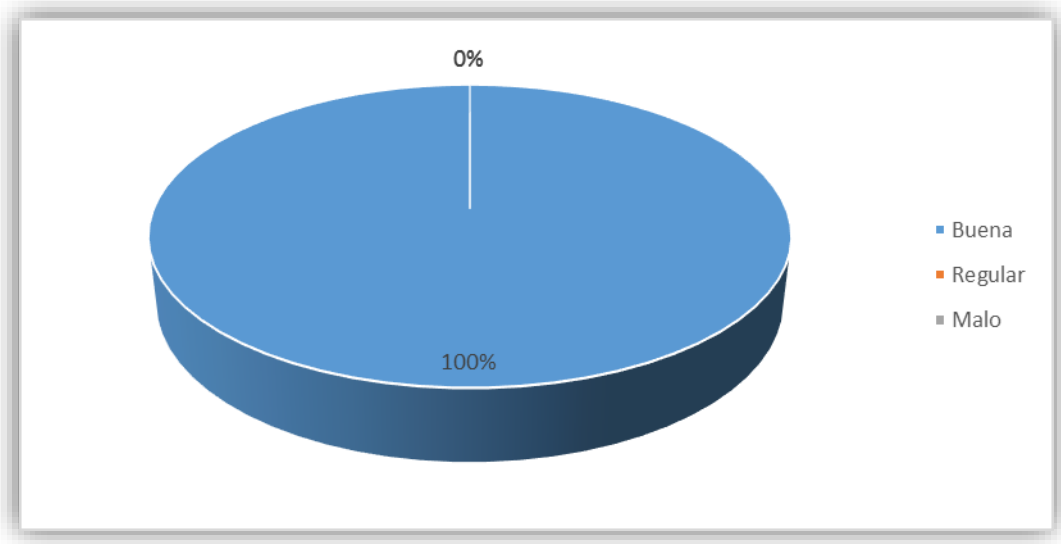
**Fuente.** Tabla 3



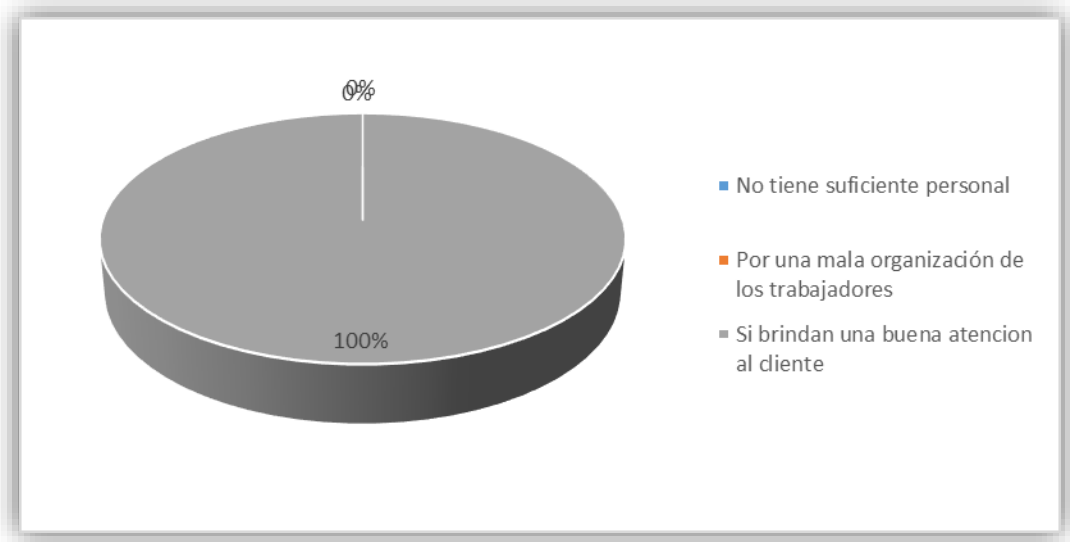
**Figura 19.** Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese  
**Fuente.** Tabla 3



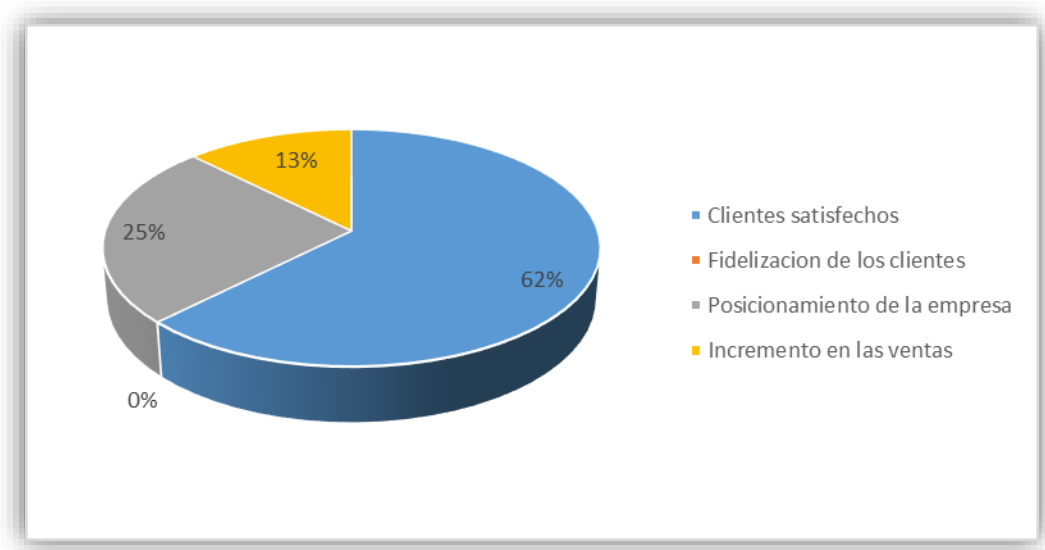
**Figura 20.** Principales factores para la calidad al servicio que brinda  
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 21.** La atención que brinda s los clientes  
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 22.** Principales factores para la calidad al servicio que brinda  
**Fuente.** Tabla 3



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