



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR  
RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE  
MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL  
SECTOR SERVICIO, RUBRO PIZZERÍAS DEL DISTRITO  
DE NUEVO CHIMBOTE, 2019

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

**AUTOR**

ZELADA TORRES, BERENA ISABEL

ORCID: 0000-0002-6992-9884

**ASESOR**

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE-PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **Autor**

Zelada Torres, Berena Isabel

ORCID: 0000-0002-6992-9884

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

### **Asesor**

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de  
administración, Chimbote, Perú

### **Jurado**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

**Presidente**

Limo Vásquez, Miguel Ángel

**Miembro**

Cerna Izaguirre, Julio César

**Miembro**

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA**

### **A Dios**

Por el regalo tan maravilloso e incomparable que es la vida y ser quien me guía y protege en todo momento, por la inspiración y la fuerza que me regala, por la sabiduría que me ha brindado, la calma y la tranquilidad para no desistir de este trabajo de investigación a pesar de las dificultades que he tenido.

### **A mi madre, mis hermanas**

Por inculcarme paciencia y demostrarme con pruebas que existen caminos incluso cuando todo parece perdido, por brindarme confianza y apoyarme en mis proyectos y sueños con el único propósito de verme surgir día a día, quiero dales las gracias por el gran ejemplo que me dan y por ser mi motivación y mis ganas de triunfar.

### **A mis asesores**

Por brindarnos su apoyo orientándonos durante el desarrollo de esta tesis, por tener siempre la disponibilidad para resolver todas nuestras dudas e inquietudes respecto a nuestro proyecto de investigación, por creer en este proyecto desde el principio.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. La investigación fue de diseño no experimental-transversal, descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario de 12 preguntas, mediante la técnica de encuesta, obteniéndose los siguientes resultados. El 50.00% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 58.34% son varones, el 50.00% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 75.00% cuentan de 1 a 5 trabajadores, el 58.34% trabajan con familiares. El 75.00% señala tener conocimiento de gestión de calidad, el 58.34% de los trabajadores tienen poca iniciativa, el 100.00% señala que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos, el 83.34% tienen conocimiento del término atención al cliente, el 83.34% utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 50.00% afirma que brinda una buena atención al cliente, el 41.64% ha logrado la satisfacción y fidelización de sus clientes. La investigación concluye que la mayoría de los representantes reconocen que la gestión de calidad en la atención al cliente contribuye al rendimiento del negocio.

**Palabras clave:** Atención al cliente, Calidad, Mypes.

## ABSTRACT

The objective of the research was to determine the characteristics of customer service as a relevant factor in quality management and improvement plan in micro and small companies in the service sector-pizzerias of the district of Nuevo Chimbote, 2019. The research was by design non-experimental-cross-sectional, descriptive, for the collection of information a sample population of 12 micro and small companies was used to whom a 12-question questionnaire was applied, using the survey technique, obtaining the following results. 50.00% of the representatives are between 31 and 50 years old, 58.34% are male, 50.00% have a secondary education degree, 75.00% have 1 to 5 workers, 58.34% work with relatives. 75.00% indicate having knowledge of quality management, 58.34% of workers have little initiative, 100.00% indicate that quality management helps to achieve objectives, 83.34% have knowledge of the term customer service, 83.34% They use communication as a tool for a quality service, 50.00% affirm that it provides good customer service, 41.64% have achieved customer satisfaction and loyalty. The research concludes that the majority of representatives recognize that quality management in customer service contributes to business performance.

**Key words:** Customer service, Quality, Mypes.

## CONTENIDO

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	ii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria .....	iv
5. Resumen y abstract .....	v
6. Contenido.....	vii
I. Introducción.....	1
II. Revisión literatura .....	8
III. Hipótesis .....	28
IV. Metodología.....	29
4.1. Diseño de la investigación .....	29
4.2. Población y muestra .....	29
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	30
4.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos .....	33
4.5. Plan de análisis .....	33
4.6. Matriz de consistencia.....	34
4.7. Principios éticos .....	35
V. Resultados .....	36
5.1. Resultados .....	36
5.2. Análisis de resultados.....	41
5.3. Plan de mejora.....	49
VI. Conclusiones.....	59
Aspectos complementarios .....	60
Referencias bibliograficas.....	61
Anexos .....	65

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en Nuevo Chimbote, año 2019.....	36
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2019.....	37
Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2019.....	39
Tabla 4. Plan de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. ....	40

## ÍNDICE DE FIGURAS

### Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad .....	71
Figura 2. Género.....	71
Figura 3. Grado de instrucción.....	72
Figura 4. Número de trabajadores .....	72
Figura 5. Vínculo de las personas que trabajan en la empresa.....	73
Figura 6. Conocimiento del término Gestión de Calidad.....	73
Figura 7. Dificultad del personal para implementar la Gestión de Calidad .....	74
Figura 8. Contribución de la Gestión de Calidad en el rendimiento .....	74
Figura 9. Conocimiento del término atención al cliente .....	75
Figura 10. Herramientas para un servicio de calidad.....	75
Figura 11. Causa de una mala atención al cliente .....	76
Figura 12. Resultado de una buena atención al cliente .....	76

## **I. INTRODUCCIÓN**

En los países de América, las micro y pequeñas empresas son los productores principales de empleo para los ciudadanos que se encuentran viviendo en aquellos países y son parte importante en su capacidad económica. Tal como es el caso de México que existen 4.2 millones de empresas lo cual el 99.8% de ese universo son consideradas pequeñas y medianas empresas, aportando el 42% del Producto Bruto Interno lo cual genera el 78% del empleo en ese país, En la actualidad estas empresas están presentando un bajo crecimiento, poca escalabilidad y crédito limitado, es por eso que con el objetivo de determinar los factores que frenan el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, Konfió, que es la plataforma de préstamos en línea para pequeñas empresas en México, se dio la tarea de analizar las condiciones que enfrentan estas entidades (Arana, 2018)

Según el ministerio de economía fomento y turismo de Chile, existen 1.814,938 microempresarios, de lo cual solo el 48,7% se consideran formal y el 51,3% trabajan de manera informal, de estos micro emprendedores un 44,6% de sus negocios operan pocas horas a la semana, a comparación de las formales donde solo el 17,7% operan sus horas completas a la semana. Todos estos microempresarios generan un total de 2.804.234 puestos de trabajo anuales. En el caso de los emprendedores la formalidad de sus pequeñas empresas cambian en su totalidad, ya que el 98,6% han iniciado una actividad ante el SII lo cual se consideran formales, mientras un 1,4% son informales, por otro lado los representantes de las micro y pequeñas empresas se enfocan en la buena atención al cliente debido a que es una herramienta eficaz donde interactúa el

cliente con la organización brindando asesoramiento eficaz para alguna mejora del producto o servicio. (Arellano y Schuster, 2016)

Martínez (2018) en Argentina, actualmente existen 605 mil empresas activas, de las cuales un 83% son microempresas, el 16,8% son pequeñas y medianas empresas y solo cuenta con un 0,2% de grandes empresas. Entre las micro, pequeñas y medianas empresas contratan a un total del 49% de trabajadores en el sector privado registrado. Entre el 2010 y el 2016 hubo en promedio 3.776 empresas de rápido crecimiento por año, lo cual es de gran beneficio para la creación del empleo privado formal, las empresas están asociadas al desarrollo a adopción de nuevas tecnologías productos y procesos, esto causa el aumento de la productividad. La mayor preocupación para estos empresarios en el último año ha sido los aumentos de costos, sus fuentes de financiamiento y una rentabilidad más ajustada a causa de una débil demanda de sus productos por un incremento en la competencia, por lo que las consultas giraron en torno a la dinámica de sus ventas, sus fuentes de financiamiento, entre otras variables, con el objetivo de recuperar su rentabilidad

En el Perú las micro y pequeñas empresas, según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria SUNAT (2019) la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Micro Empresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 UIT; Pequeña Empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT. Los beneficios del régimen que establece el Estado

para las MYPE se encuentran en función a estos niveles de ventas anuales y al cumplimiento de otros requisitos.

Actualmente las micro y pequeñas empresas de Ancash son las principales fuentes de ingreso, Ancash cuenta 2.9% de las MIPYME formales del Perú, tiene ocho MIPYME por cada 100 personas, lo cual se le considera la sexta región que más aporta al valor agregado bruto nacional, En el último quinquenio del año 2010 al 2014, el VAB de Ancash fue de 0.2%, menor que Arequipa con un 4.2% y la Libertada con un 5.8%; siendo su PBI capital el 94% del promedio nacional. En el año 2007 iniciaron un promedio de 6.8% de las microempresas de Ancash. (SUNAT, 2016)

En el distrito de Nuevo Chimbote donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen varios negocios y establecimientos las cuales son conocidas por micro y pequeñas empresas, la municipalidad distrital de Nuevo Chimbote ha detectado un incremento de 3 mil microempresarios pero lamentablemente no todas estas empresas son formales, se registra un porcentaje del 70% de empresas informales, estas micro y pequeñas empresas han incursionado mayormente en lo que es servicio en el rubro pizzerías. En esta zona también se detecta la presencia de microempresarios informales, una de las razones del estado de informalidad es el desconocimiento y el temor al pago de impuestos a la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT, 2015)

En esta investigación nos enfocamos en la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019, lo cual ayudara a mostrar los beneficios que se pueden obtener al brindar una buena atención

a los clientes, y las estrategias que se aplican para lograr los objetivos, debido a que una excelente atención al cliente es la clave del éxito de una organización.

Llegar a la satisfacción total no solo es recibir justo lo que se necesita o se quiere, esto deben de tenerlo en cuenta todas las organizaciones, las empresas necesitan de los clientes por esa razón debe ser su prioridad dejarlos con una impresión positiva del lugar y las personas que atienden, los clientes quieren un buen servicio, un buen trato, una sonrisa amigable que genere confianza y ganas de regresar. Esto ayudara a que los clientes se fidelicen con la empresa, se sientan en un ambiente confortable, familiar, sentirse apreciados y atraigan a más personas. En el distrito de Nuevo Chimbote existir muchas empresas dedicadas al rubro pizzerías, que brindan el mismo servicio, pero no todas las empresas cuentan con la misma atención, debido a la deficiencia de capacitaciones de los trabajadores para fomentar el buen trato, la amabilidad y comunicación además muchas de ellas se centran en promocionar su empresa a través de publicidad por diferentes medios dejando de lado la atención que brinda a los clientes, es por esto que los clientes optan por irse a otro establecimiento donde se sientan en un ambiente confortable. Las empresas deben tener en cuenta que una buena atención conlleva al éxito, debido a que esto ayuda a diferenciarnos de los demás, no solo brindando un producto o servicio que pueden obtener en otras empresas, sino también agregar a personas capacitadas que saben controlar situaciones incómodas y tratar con todo tipo de cliente convirtiendo un ambiente saludable donde a cualquier persona le gustaría estar.

Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad

y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019?

Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general: determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Para alcanzar el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos: describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2019. Establecer las características de la atención al cliente como factor relevante a la gestión de calidad en micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Elaborar un plan de mejora de la atención al cliente como factor relevante a la gestión de calidad en micro y pequeñas empresas sector servicio-rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

La investigación se justifica, porque permite a los dueños y administradores de las micro y pequeñas empresas conocer los beneficios que pueden obtener al implementar la atención al cliente y la gestión de calidad para poder alcanzar el éxito. Asimismo, se justifica porque servirá a los futuros emprendedores como apoyo para reflexionar, corregir y mejorar el tipo de atención que brindaran a sus clientes, guiándolos al éxito empresarial al empezar a optimizar y renovar la atención, se atraerá a más consumidores, como consecuencia lograrán tener mayores ingresos y se convertirán en empresas competitivas. Por último, se justifica porque ayudara a otros

investigadores interesados en la variable atención al cliente, ya que con el presente trabajo de investigación podrán obtener información y alimentarse de conocimiento nuevo, al mismo tiempo también servirá como una guía para otros estudios de mayor profundidad y exigencia, ya que brindará información citada y referenciada dando así confiabilidad a los investigadores, estudiantes y docentes.

En la investigación se utilizó el nivel descriptivo, diseño no experimental transversal, teniendo una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas, para la recolección de datos se usara como instrumento la encuesta, lo cual está conformado por 12 preguntas: las 3 primeras preguntas están referidas a los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas; las 2 siguiente están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas y por último las 7 últimas preguntas están referida acerca de las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejorar en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote 2019.

Obteniendo los siguientes resultados: El 75% señala tener conocimiento de gestión de calidad, el 58.34% de los trabajadores tienen poca iniciativa, el 100% señala que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos, el 83.34% tienen conocimiento del término atención al cliente, el 83.34% utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 50% afirma que brinda una buena atención al cliente, el 41.64% ha logrado la satisfacción y fidelización de sus clientes. Concluyendo que la mayoría de los representantes reconocen que la gestión de calidad en la atención al cliente contribuye al rendimiento del negocio, asimismo los trabajadores de estas empresas tienen un vínculo familiar con los propietarios. La

totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, afirman que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos trazados por la empresa y creen que una buena atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento. La mayoría de los representantes si conoce el termino gestión de calidad, tienen como dificultad para la implementación de la gestión de calidad la poca iniciativa de sus trabajadores, conoce el termino atención al cliente, utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, brindan una buena atención al cliente y han logrado fidelizar a sus clientes y tener clientes satisfechos con una buena atención.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### **Antecedentes internacionales.**

Jireh (2018) en su investigación *calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza burger diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa, Guatemala*, tuvo por objetivo determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante de comida rápida Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa. Por lo cual se planteó los siguientes objetivos específicos: Evaluar el servicio brindado por el personal de la empresa objeto de estudio para conocer la calidad de atención al cliente, establecer la capacidad de respuesta que tiene el restaurante para la solución de quejas, reclamos y necesidades imprevistas de los clientes, comprobar si el entorno físico de la empresa es el adecuado para brindar comodidad, seguridad y confianza a los clientes e identificar los principales servicios que demanda el cliente para su satisfacción. Tomando como sujetos de estudio a 361 clientes de ambos sexos. Para obtener la información se aplicaron encuestas elaboradas por el investigador. Esta investigación fue de tipo descriptiva y permitió concluir que los clientes perciben la calidad de los servicios como buenos o aceptables, estando satisfechos con la mayoría excepto con la temperatura ambiente, área de juegos, servicio de baños, la disponibilidad y condiciones del parqueo, siendo calificados de regular y malos. Asimismo, se recomendó mantener la calidad en la atención al cliente, ya que es un elemento muy importante que está cumpliendo con las expectativas y fue calificado de excelente, asimismo mejorar los servicios que son percibidos de regulares y malos, además se propone y se aporta un método que permita al restaurante hacer investigaciones periódicas y así pueda saber el nivel de satisfacción de sus clientes,

también determinar la calidad de sus servicios y tener certeza en lo que se deben 2 incorporar mejoras o bien agregar nuevos servicios que le permita seguir con la filosofía de mejorar día con día.

López (2018) en su investigación *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, Ecuador*, Tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente, Realizar un diagnóstico de la situación actual del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil a través de un análisis Foda, cinco Fuerzas de Porter y Pest, Realizar una investigación de campo para medir el nivel de satisfacción de los clientes en el restaurante Rachy's mediante el uso de cuestionarios, Diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. La metodología. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's, se elaboró una pregunta 25, obteniendo los siguiente resultados: El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante, El 67% de los clientes encuestados están de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva, El 49% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal de

servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra, El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa, El 68% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que los utensilios bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestados con adecuado estado de limpieza, El 48% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez, El 46% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos, El 47% de los clientes encuestados están de acuerdo que el personal del restaurante Rachy's le comunica cuando no va a presentar sus servicios y porqué. La investigación concluye: A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio, Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos, En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el

personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

### **Antecedentes nacionales**

Rosas (2019) en su investigación *atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019*, tuvo como objetivo determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. Para obtener el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de los restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de la atención como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro

restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 33 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados. El 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 60.61% son mujeres, el 42.42% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia, el 51.52% cuentan de 3 a 5 trabajadores. El 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, el 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. En conclusión, la mayoría de los representantes desconoce la gestión de calidad en la atención al cliente, sin embargo, reconocen que contribuye al rendimiento de sus negocios.

Villacorta (2019) en su investigación *gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines, Trujillo 2018*, tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Para poder obtener el objetivo general se planteó, los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante, urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. El diseño es no experimental, transversal y descriptivo. La población de muestra fue 11 restaurantes de la urbanización los Jardines, obteniendo los siguientes resultados. El 91% de los representantes de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el término atención al cliente. El 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. El 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente para que regrese. El 64% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación. El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindan una buena atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: el 91% tienen de 1 a 5

trabajadores, el 64% conocen atención al cliente, el 100% aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 92% si es fundamental la atención al cliente para que este regrese, el 82% brindan una buena atención al cliente y el 36% una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores.

Ramirez (2019) en su investigación *atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de huari, 2019*, planteo el siguiente objetivo general determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019. Para lograr alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019, Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019, Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la atención al cliente como factor relevante de mejora de micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019 y elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de una gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019. El diseño de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo, la población estuvo conformada por 18 representantes de las Micro y pequeñas empresas, con una muestra igual a 10 representantes del sector servicios rubro restaurantes y se definieron y

operacionalizaron las variables e indicadores, la técnica utilizada fue encuesta y el instrumento fue el cuestionario, para el plan de análisis se utilizó el programa estadístico Excel, se presenta la matriz de consistencia y se consignan los principios éticos. Resultados: el 60.00% de los representantes tenían de 31-51 años de edad, el 70.00% de los representantes tenía como objetivo generar ganancias, así mismo otro 30.00% utilizó equipos modernos. Conclusión: Solamente la minoría de la población presentantes equipos e inmuebles modernos en sus restaurantes, mientras la mayoría afirmaron que los servicios que ofrecen son fiables; solamente la mitad de los dueños interactuaran con clientes sobre los servicios que ofrecen los restaurantes, la mayoría están atentos problemas del cliente y la minoría practican las políticas empresariales cumpliendo con lo establecido.

Yarleque (2018) en su investigación *caracterización de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de tumbes, 2018*. Tuvo como objetivo general: describir las características de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de Tumbes, 2018. Para poder conseguir el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir el desempeño Laboral del personal de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de Tumbes, 2018. Determinar las necesidades de capacitación del personal de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de Tumbes, 2018. Determinar la calidad de servicio al cliente que brindan las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de Tumbes, 2018. Determinar el Grado de Percepción de la Calidad del servicio de los clientes de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del cercado

de Tumbes, 2018. El informe de investigación es de tipo descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de investigación es no experimental, de corte transversal. La población y muestra estuvo conformada por 10 mypes abarcando 35 trabajadores para la variable capacitación y 68 clientes para la variable calidad de servicio; a quienes en el trascurso de la investigación se les aplicó un cuestionario estructurado directamente sobre el tema de investigación a través de la técnica de la encuesta, el cual está estructurado de 16 ítems para la variable capacitación y 16 ítems para la variable calidad de servicio. Obteniendo la siguiente conclusión de esta investigación, la mayoría de las mypes rubro restaurantes en el cercado de Tumbes no realizan capacitaciones a sus trabajadores, los empleados consideran que necesitan capacitarse ya que presentan inconvenientes al momento de tomar decisiones, y de esta manera mejorar su desempeño en el trabajo en equipo, en el desarrollo de sus funciones, en las buenas prácticas y en el manejo de atención al Cliente.

### **Antecedentes locales.**

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

en el distrito de Chimbote, 2016, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, y determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental – transversal para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una población muestral de 6 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas. Obteniéndose los siguientes resultados. El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 66,7% son de género masculino. El 50% tienen instrucción superior universitaria. El 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 50% tienen entre 6 a 10 colaboradores. El 100% se formaron para generar ganancias. El 100% de los representantes conocen del término gestión de calidad. El 50% miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 100% consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 100% aplican la gestión de calidad en el servicio. El 66,7% consideran que brinda una buena atención. Conclusiones: la mayoría de las micro y pequeñas aplican gestión de calidad en la atención al cliente, puesto que utilizan el Benchmarking y el Outsourcing, de esta manera han logrado mejorar la calidad en sus servicios.

Izquierdo (2021) en su investigación *atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro pollerías, casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del santa, año 2018*. Tuvo como objetivo general, determinar las principales características Atención

al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro pollerías, casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió una población muestral de 15 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 83.33% tienen entre 18 a 30 años de edad. El 58.33% son mujeres. El 83.33% son los administradores. El 58.33% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años. El 83.33% cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores. El 100.00% tiene a personas no familiares laborando. El 75.00% conocen el término gestión de calidad. El 75.00% aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 100.00% aseguran de que la gestión de la calidad ayuda a mejorar el rendimiento. El 100.00% conocen el termino atención al cliente. El 66.67% utilizan la retroalimentación como herramienta de servicio al cliente. El 100.00% consideran que la atención que brindan es buena. El 75.00% ha logrado un incremento de ventas. Se concluye que los representantes de la micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en atención al cliente, en este caso aplican la retroalimentación para lograr una mejor conexión y aclarar las dudas o sugerencias de los clientes.

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

### **Micro y pequeñas empresas Concepto**

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria SUNAT (2017) señala que: las micro y pequeñas empresas pueden estar conformadas por personas naturales, jurídicas sociedades conyugales y sucesiones indivisas, estas pueden permanecer en el régimen mype tributario siempre y cuando no superen las 1700 UIT de ingresos netos anuales además que este régimen mype puede emitir cualquier tipo de comprobante de pago, por otra parte quienes tenga vinculación directa o indirecta con otra empresa que sus ingresos netos al año superen a los 1700 UIT ya sean agencias, sucursales, ya sea cualquier empresa constituida en el país o en el exterior no podrán estar comprendidos al régimen mype tributario

### **Características de las micro y pequeñas empresas**

Según la Ley 3056 (2013) el incremento de las micro y pequeñas empresas del monto máximo de ventas podrá ser determinado cada dos años por el decreto supremo dado por el ministerio de producción y el ministerio de economía y finanzas para entidades públicas y privadas esto promueve la igualdad de los criterios con el fin de hacer una basa de datos homogénea que ayudara a dar coherencia a los criterios al diseño asimismo aplicar las políticas públicas de formalización y promoción del sector, las micro y pequeñas empresas tienen las siguientes características a nivel de ventas anuales:

- Microempresas: sus ventas serán máximo hasta el monto de 150 UIT al año.
- Pequeñas empresas: sus ventas serán mayores a 150 UIT hasta el monto máximo de 170 UIT al año.

### **Derechos de los trabajadores de una micro empresa**

Superintendencia Nacional de Fiscalización laboral SUNAFIL (2016) señala que: los trabajadores de las micro empresas cuentan con el derecho a una jornada laboral de máximo 48 horas semanales, tienen derecho a gozar de descanso físico de 24 horas continuas semanales, asimismo deben gozar una remuneración mínima vital, también tienen el derecho a recibir por cada año laboral 15 días de vacaciones de ser el caso que se reduzca de los 15 a 7 días, el trabajador deberá recibir una recompensa económica y por último el trabajador tiene derecho a gozar de los días feriados que están establecidos es el régimen laboral.

### **Derechos de los trabajadores de una pequeña empresa**

Sunafil (2016) señala que: los trabajadores de las pequeñas empresas tienen el derecho a una jornada laboral de máximo 8 horas diarias las cuales equivalen a 48 horas semanales, también tienen el derecho a gozar de un descanso físico de 24 horas semanales, cuentan con medio sueldo por cada año laboral, compensación de tiempo de servicio (CTS), tienen el derecho a 15 días de vacaciones, asimismo tienen el derecho a recibir medio sueldo en el mes de julio y medio sueldo en el mes de diciembre como gratificaciones siempre y cuando tenga laborando un semestre completo de no ser así, recibirá una parte proporcional de su sueldo, también reciben una remuneración mínima vital por su servicio y gozan de los feriados establecidos en el régimen laboral.

## **Gestión de calidad**

La organización internacional de normalización ISO 9001 (2019) afirma que: toda organización se debe enfocar en mantener, implementar y mejorar continuamente su sistema de gestión de calidad, esto debe incluir los procesos necesarios que tiene como requisitos esta norma internacional. Toda organización debe cumplir con lo siguiente: documentar la información necesaria para cumplir con los objetivos de ayudar con la operación de los procesos establecidos, asimismo, debe guardar la información documentada para posteriormente verificar que los procesos se ejecuten conforme lo planeado.

## **Planificación de Gestión de Calidad**

La planificación es parte de la gestión de calidad la cual está enfocada en los objetivos de calidad y los procesos operativos necesarios, la Planificación de Calidad, es importante determinar quiénes son los clientes, sus necesidades, para así desarrollar un producto las cuales se asemejen a sus necesidades, así mismo se busca desarrollar distintos procesos que sean capaces de producir el producto deseado, en segundo lugar, Control de Calidad, se realiza una evaluación del comportamiento de la calidad real del producto, a su vez se realiza una comparación con los objetivos del producto y del proceso, en tercer lugar, la mejora de calidad, en la cual se establece la infraestructura para mejorar la calidad, es necesario establecer un equipo para cada proyecto con una responsabilidad clara para que estos equipos trabajen. (Sosa, 2015).

## **La política de la Calidad**

González (2017) en su libro de como documentar un sistema de gestión de calidad, habla sobre los requisitos para desarrollar una política de calidad y cuál debe ser su correcta comunicación: en cuanto al desarrollo de la política de calidad: la dirección de una organización debe realizar el trabajo de formular y mantener una política que este enfocada a lo que quiere lograr la organización; también se debe brindar un marco de referencia, para poder plantear y elegir los mejores objetivos de calidad que se desea alcanzar; por ultimo muy importante se debe de asegurar de cumplir con los requisitos a sí mismo el compromiso de que en el sistema de gestión de calidad siempre se buscara mejorar; en cuanto a la comunicación que debe tener: se debe asegurar que siempre se cuente con información argumentada, que sea entendible para que pueda estar disponible y pueda ser aplicada cuando los interesados deseen utilizarla; la política de calidad debe cumplir con todo esto.

## **Los objetivos de la calidad**

González también habla sobre los objetivos de la calidad según a la norma ISO 9001, el cual menciona que: los objetivos deben estar claros y enfocados a lo que queremos lograr y que puedan ser medibles; deben ser adecuados para poder producir productos y servicios que puedan satisfacer de manera más óptima a los consumidores; los objetivos deben tener un seguimiento constante y ver si se pueden hacer mejoras; por otro lado los objetivos deben ayudarte de guía, los cuales te indiquen que es lo que realizaras, que necesitaras para hacerlo, quienes son los indicados para desempeñar la labor, cuanto tiempo nos llevara conseguirlo y por ultimo evaluar si los objetivos alcanzaron lo que se deseó, es decir si conseguimos la plena satisfacción.

## **Atención al cliente El cliente**

Hoy en día las empresas se tienen que enfocar en brindar una buena atención al cliente, haciéndolos sentir únicos e importantes para la compañía, para esto los trabajadores tendrían que tener una actitud correcta para dar una atención excepcional, los clientes deben de salir de la empresa satisfechos del servicio brindado con ganas de volver y recomendar nuestro servicio a otras personas, formando una cadena que ayudara a mantenernos competitivos en el mercado. (López, 2015).

Tarodo (2014) afirma que: el cliente es la persona, organización o empresa que compra un producto, un bien o un servicio con el objetivo de satisfacer sus necesidades o las necesidades de otra persona, organización o empresa a cambio da dinero por adquirir la compra o el servicio, con normalidad el cliente suele ser la persona que compra frecuentemente u ocasionalmente esto hace que el cliente sea la razón principal por la que se crean, fabrican, producen y comercializan ya sea un bien, productos o servicios, al ser los clientes la razón principal de la existencia de empresas, estas deben brindar una buena atención a los clientes, de lo contrario los clientes buscaran en la competencia un lugar más comfortable para ellos.

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

Cabe destacar que la atención al cliente, es cada vez es más esencial para lograr una relación duradera con cada uno de los clientes. El cliente es la persona fundamental para la organización, y ésta depende del cliente quien jamás interrumpe nuestro trabajo y no es alguien con el que se tenga que discutir, acude a dicha empresa con la finalidad de adquirir un bien o un servicio para satisfacer una necesidad la cual como ser humano tiene emociones y sentimientos la cual tienen que ser respetados. (López, 2015).

## **Acciones para mejorar la calidad en el proceso de servicio posventa**

Blanco, Lobato y Lobato (2013) Señala que, para mejorar la calidad del servicio, las acciones que se desarrollan son las siguientes: Planificar, interpretar, mejorar y controlar.

- Planificar: Cuando nos referimos la planificación de calidad de cualquier proceso es decir que hacer, como se realizara y con qué recursos realizarlo y para hacer esto es necesario definir los siguientes elementos:
  - a) establecer las características del servicio posventa: las cuales son: cuantitativas, cualitativas y referidas al proceso
  - b) establecer los indicadores utilizados para evaluar los niveles y el desempeño que se debe alcanzar en cada servicio: Estos indicadores nos sirven para medir la eficiencia y eficacia del servicio posventa
  - c) establecer los procesos para realizar cada servicio
  - d) establecer los recursos necesarios a utilizar
  - e) establecer la estructura organizativa
- Interpretar: En esta etapa, todo lo planificado en la etapa anterior, se debe realizar, es decir materializarlo, lo cual se realiza:
  - a) capacitar al personal que está encargado del área del servicio
  - b) contar con los recursos necesarios para la prestación de cada uno de los servicios.
  - c) establecer los procedimientos diseñados para realizar cada servicio
  - d) Utilizar los registros y documentos diseñados para cada servicio
- Controlar: el control se debería llevar a cabo en el proceso y sobre el resultado del servicio posventa. Lo que quiere decir:

- a) calcular el desempeño real del sistema, esto se realiza: calculando los indicadores del desenvolvimiento de casa servicio, registrando el proceso utilizado para cada servicio posteriormente se deberá revisar los registros
  - b) comparar el desempeño planificado con el real, eso significa: se debe comparar el procedimiento diseñado con el práctico, reconocer las desviaciones y posteriormente diagnosticar las causas y los responsables
  - c) actuar en efecto, esto implica: optar por acciones para modificar y prevenir evitando desviaciones, anotar las medidas que se tomaran y por último evaluar su efectividad
- Mejorar: la mejora de los procesos se realiza posteriormente de haber logrado los niveles que se planificaron, trazándose metas ambiciosas y rigurosas que nos lleva al grado de la perfección y la calidad de los productos y servicios, estas metan redefinen:
    - a) los requisitos de cada uno de los servicios, asimismo los indicadores para determinar el desempeño y niveles a lograr en cada servicio
    - b) los recursos necesarios
    - c) la estructura organizativa y fijar nuevas funciones y responsabilidades
    - d) las necesidades de formación del personal y capacitación

### **Seguimiento de la atención al cliente y calidad**

Diaz (2014) afirma que: existen dos elementos principales que debemos tener en cuenta al realizar un seguimiento de la atención al cliente y la calidad, estos son, las encuestas y las necesidades del cliente. La razón por la que se mantienen competitivas las empresas es debida a que satisfacen las necesidades de los clientes, teniendo también un fin social aparte de lo económico, para eso es importante conocer las

necesidades de sus consumidores, se debe tener en cuenta las necesidades de la pirámide de Maslow, que señala cinco necesidades básicas humana. En estas necesidades los niveles de seguridad, fisiología y afiliación se consideran como las más importantes para lograr unas necesidades básicas. Los niveles autorregulación y reconocimiento involucra las necesidades de crecimiento y desarrollo, es decir en estos son niveles es donde las personas se vuelven consumidores selectivos, esto quiere decir que los consumidores saben lo que quieren y también como conseguirlo. Con las encuestas se busca perfeccionar los servicios a los clientes. Esto ayudara a mejorar la calidad debido a que se realiza un seguimiento de la atención al cliente, con preguntas objetivas que son redactadas científicamente.

### **Departamento de atención al cliente**

Lopez, Perez y Perez (2013) señala que: las empresas tienen como objetivo fidelizar a los clientes como objetivo fidelizar a los clientes, para lograr ese objetivo, las empresas tienen que hacer que la clientela se sienta correctamente atendida asimismo buscan satisfacer las necesidades del cliente brindando un buen producto o servicio. Mayormente es más costoso y difícil captar clientes nuevos, que mantener a fidelizar a los que ya están consumiendo el producto y servicio brindado por la empresa. Asimismo, cuando una empresa opta por implementar un sistema que gestiona la atención al cliente debido a que desea obtener un beneficio de los clientes, y ese beneficio no solo depende de lograr que los clientes no abandonen la organización y decidan ir a la competencia, sino también lograr que futuramente se repita.

### **2.3. Marco conceptual**

**Atención al cliente:** La atención al cliente, es una herramienta utilizada por las organizaciones, para complementarse más con sus clientes, reconociendo sus necesidades para brindar un lugar armonioso, buscando mantener su fidelidad.

**Empresas:** una empresa es una entidad económica, dedicada a la prestación de un bien o servicio, la empresa puede estar constituida por una persona, natural o jurídica.

**Expectativas del cliente:** Es la idea que el cliente se da sobre lo que estamos ofreciendo por medio de la publicidad o conjunto de mensajes que el cliente asimila de forma consciente o inconsciente, es lo que el cliente espera recibir.

**Gestión de calidad:** nos referimos a gestión de calidad a evaluar, la maquinaria, y el trabajo completo a realizar, con el objetivo de presentar a los clientes un producto o un servicio de calidad, manteniendo su satisfacción y conformidad.

**Pizzería:** Es un establecimiento tipo restaurante en donde se elaboran y venden pizzas, aunque es de origen italiano hoy en día están expandidas por todo el mundo.

**Satisfacción:** es un sentimiento de placer o bienestar que se tiene cuando se ha terminado eficientemente una actividad que cubre una necesidad

**Servicio:** Se refiere a un conjunto de elementos intangibles ya sean acciones, interacciones personales y las actitudes que se desarrollan para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### **III. HIPÓTESIS**

La presente investigación la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019, por tratarse de una investigación tipo descriptivo y no influir en el resultado dado, no cuenta con hipótesis.

## **IV. METODOLOGÍA**

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

El presente trabajo de investigación tuvo un diseño no experimental- transversal-descriptivo.

Fue no experimental debido a que no se modificara la información obtenida, es decir, se observara la variable la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote y se agregara tal cual el contexto, sin sufrir alteraciones.

Fue transversal debido a que el estudio se realizó, de acuerdo a un tiempo determinado, es decir, el estudio tendrá un principio y un final.

Fue descriptivo debido a que se describió, las características más relevantes de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora.

### **4.2. Población y muestra**

#### **Población**

Se utilizó una población conformada por 12 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías de Nuevo Chimbote, 2018. La población se obtuvo a través de la técnica sondeo. (Ver anexo 3).

#### **Muestra**

Se utilizó una muestra conformada por 12 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías de Nuevo Chimbote, 2018. (Ver anexo 3).

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Aspectos complementarios	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Persona natural o jurídica que representa y Asume la responsabilidad de una empresa asume la responsabilidad de una empresa (SUNAT, 2017)	Edad	18-30 años 31-50 años 51 a más años	Razón
		Genero	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	Sin instrucción Educación básica Superior no universitario Superior universitario	Nominal
Perfil de las MYPE	Las mypes son entidad natural o jurídica inscrita en registros públicos con la finalidad de desarrollar un tipo de actividad como prestación de servicio, comercialización entre otros. (SUNAT, 2017)	Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores	Razón
		Vinculo de las personas que trabajan en su empresa	Familiares Personas no familiares	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición de la variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de calidad en atención al cliente	La gestión de calidad en la atención al cliente, se refiere a detectar que herramientas de gestión modernas se pueden aplicar para un proceso en la atención al cliente, en este sentido se puede decir que la gestión de reclamaciones y el servicio post venta son herramientas primordiales para una mejor eficiencia en el servicio que brindan las organizaciones. (Chávez, 2018)	Conocimiento del término Gestión de Calidad	Si No Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
		Contribución de la Gestión de Calidad en el rendimiento	Si A veces No	Nominal
		Conocimiento del término de atención al cliente	Si Tengo cierto conocimiento No	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición de la variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de calidad en la atención al cliente		Herramientas para un servicio de calidad	Comunicación Confianza Retroalimentación Ninguno	Nominal
		Causa de una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal  Por una mala organización de los trabajadores  Si brindan una buena atención al cliente	Nominal
		Resultados de una buena atención al cliente	Cliente satisfecho  Fidelización de los clientes  Posicionamiento de la empresa  Incremento en las ventas	Nominal

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

##### Técnica

Encuesta: esta es a técnica es la más utilizada por los investigadores, esta técnica contribuyo a obtener de forma ordenada la información sobre las variables involucradas, iniciando de la participación de la muestra seleccionada.

##### Instrumento

Cuestionario: se conforma por un conjunto de preguntas que debe ser contestadas por los encuestados, el cuestionario estuvo conformado por 12 preguntas las cuales las 3 primeras preguntas fueron referentes a las características de los representantes de las MYPE, 2 preguntas referentes a las características de las MYPE, y 7 preguntas referente a las características de la atención al cliente como factor relevantes a la gestión de calidad en las pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote (Ver anexo 4).

#### **4.5. Plan de análisis**

Una vez aplicada las encuestas, se realizó la tabulación de los datos obtenidos, esto se llevó a cabo en los programas Word y Excel, asimismo se utilizó el programa Microsoft Word para la recopilación y redacción de la información del trabajo de investigación, además se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación, a la vez se utilizó el programa de antiplagio turnitin para verificar las similitudes con otros estudios y utilizo el programa Power Point para la elaboración de la ponencia de la investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y muestra	Métodos	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019?	<p><b>Objetivo específico:</b></p> <p>Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019.</li> <li>- Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2019.</li> <li>- Establecer las características de la atención al cliente como factor relevante a la gestión de calidad en micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019.</li> <li>- Elaborar un plan de mejora de la atención al cliente como factor relevante a la gestión de calidad en micro y pequeñas empresas sector servicio-rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019.</li> </ul>	Atención al cliente como factor relevante a la gestión de calidad	12 micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pizzerías de Nuevo Chimbote, 2019.	<p><b>Tipo:</b></p> <p>Descriptivo.</p> <p><b>Nivel:</b></p> <p>Cuantitativa</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental-transversal.</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b></p> <p>Cuestionario.</p>	Se utilizó, los programas de Excel y Word.

#### **4.7. Principios éticos**

En el presente estudio se aplicó los principios éticos de investigación que establece la universidad ULADECH:

**Beneficencia y no maleficencia:** la investigación se realizó sin causar ningún perjuicio a las personas y sin el afán de promocionar ni denigrar la imagen de ninguna micro y pequeñas empresas estudiadas.

**Consentimiento informado y expreso:** las personas que aportaron en la presente investigación lo hicieron por su propia voluntad, brindando información verídica para fines determinados del informe.

**Integridad científica:** los resultados adquiridos en la recolección de datos son reales sin alterar los resultados.

**Justicia:** se brindó un buen trato a todas las personas que participaron brindando información para esta investigación.

**Protección a las personas:** se les respeta los derechos de las personas que contribuyeron en el presente proyecto y se cuida su privacidad e integridad.

**Libre participación y derecho a estar informado:** Las personas que realizan actividades de investigación tienen derecho a estar informados sobre las finalidades y propósitos de la investigación en la que participan, así como tienen la decisión propia de participar.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en Nuevo Chimbote, año 2019.*

Características de los representantes	N	%
<b>Edad</b>		
De 18 a 30 años	2	16.66
De 31 a 50 años	6	50.00
De 51 años a más	4	33.34
Total	12	100.00
<b>Genero</b>		
Masculino	7	58.33
Femenino	5	41.67
Total	12	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	1	8.33
Secundaria	6	50.00
Superior no universitario	0	0.00
Superior universitario	5	41.67
Total	12	100.00

**Fuente.** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías de Nuevo Chimbote, año 2019.

**Tabla 2**

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2019.*

Características de las Mypes	N	%
<hr/>		
Número de trabajadores		
<hr/>		
De 1 a 5 trabajadores	9	75.00
De 6 a 10 trabajadores	3	25.00
De 11 a más trabajadores	0	0.00
Total	12	100.00
<hr/>		
Vínculo de las personas que trabajan en la empresa		
<hr/>		
Familiares	7	58.33
Personas no familiares	5	41.67
Total	12	100.00
<hr/>		

**Fuente.** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

**Tabla 3**

*Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019.*

Característica de la gestión de calidad y atención al cliente	N	%
<b>Conocimiento del término de gestión de calidad</b>		
Si	9	75.00
Tiene poco conocimiento	2	16.67
No	1	8.33
Total	12	100.00
<b>Dificultad del personal para implementar la gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	7	58.33
Aprendizaje lento	0	0.00
No se adapta a cambios	2	16.67
Desconocimiento	1	8.33
Otros	2	16.67
Total	12	100.00
<b>Contribución de la Gestión de Calidad en el rendimiento</b>		
Si	12	100.00
A	0	0.00
veces	0	0.00
No		
Total	12	100.00

Continuara...

**Tabla 3**

*Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2019.*

Conocimiento del término atención al cliente	N	%
Si	10	83.33
Tiene cierto conocimiento	2	16.67
No	0	0.00
Total	12	100.00
<b>Herramienta para un servicio de calidad</b>		
Comunicación	10	83.34
Confianza	2	16.66
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	12	100.00
<b>Causa de una mala atención al cliente</b>		
No tiene suficiente personal	6	50.00
Por una mala organización de los trabajadores	2	16.66
Si brinda una buena atención al cliente	4	33.33
Total	12	100.00
<b>Resultados de una buena atención al cliente</b>		
Cliente satisfecho	5	41.67
Fidelización de los clientes	5	41.67
Posicionamiento	1	8.33
Incremento en las ventas	1	8.33
Total	12	100.00

**Fuente.** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2019.

**Tabla 4**

*Plan de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019*

<b>Problemas encontrados</b>	<b>Seguimiento del problema</b>	<b>Accion de mejora</b>	<b>Responsable</b>
Poca iniciativa para implementar la gestión de calidad.	Los trabajadores muestran desinterés y desconocimiento en la importancia de la gestión de calidad para el rendimiento del negocio.	Designar a miembros responsables de cuidar la correcta gestión de calidad.	Administrador
No tiene suficiente personal para la atención al cliente.	Falta de recurso financiero para contratar más personal.	Motivar al personal a trabajar en equipo, para que las tareas se realicen de manera eficiente.	Administrador
Falta de capacitaciones.	Los representantes se centran en otras actividades y descuidan la importancia de las capacitaciones para poder brindar un servicio de calidad.	Realizar un plan de capacitaciones mensuales portando beneficio para el negocio.	Administrador

## 5.2. Análisis de resultados

### **Características de los representantes.**

Edad de los representantes: El 50% del representante de las Micro y pequeñas empresas encuestadas tienen entre 31 a 50 años (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Rosas (2019) que señala que el 66.67% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, del mismo modo coincide con Villacorta (2019) quien señala que el 55% de los representantes de las Mypes tienen entre 31 a 50 años, también coincide con los resultados encontrados por Ramírez (2019) quien señala que el 60% de los representantes encuestados tienen entre 31 a 50 años de edad y Chávez (2018) quien menciona que el 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas estudiadas tienen entre 31 a 50 años de edad. Por otro lado contrasta con Izquierdo (2021) quien señala que el 83.33% de los representantes de las Mypes de su objeto de estudio tienen entre 18 a 30 años de edad, esto nos demuestra que la mayoría de las Mypes sector servicio cuentan con representantes con la suficiente madurez y capacitados para tomar decisiones y liderar, por la experiencia laboral que tienen con lo largo de los años.

Género de los representantes: el 58.3% de los representantes son de género masculino (Tabla 1). Este resultado coincide con el resultado encontrado por Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 64% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas son de género masculino, además coincide con lo encontrado por Chávez (2018) quien señala que el 66.7% de los representantes de las mypes estudiadas son de género masculino, asimismo coincide con Ramírez (2019) el cual manifiesta que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas

son de género masculino. Pero contrasta con Rosas (2019) quien señala que el 60.6% de los representantes de las mypes encuestadas son de género femenino y con Izquierdo (2021) quien señala que el 58.33% de representantes son mujeres. Esto nos demuestra que la mayoría de las mypes están dirigidos por representantes de género masculino, se puede señalar que ellos crearon sus empresas, con el fin de mejorar su estilo de vida y ser considerados en el mundo empresarial como personas emprendedoras, ya que desde sus inicios lucharon por el éxito en el sector servicio, rubro pizzerías.

Grado de instrucción de los representantes: El 50% de los encuestados tienen como grado de instrucción secundaria (Tabla1). Estos resultados coinciden con Rosas (2019) el cual manifiesta que el 50% de los representantes indican que poseen estudios hasta el nivel secundario, Pero contrasta con lo encontrado por Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 55% de los representantes tiene el grado de instrucción superior universitaria, asimismo contrasta con los resultados encontrados por López (2018) quien señala que el 47% de los representantes de las mypes estudiadas tienen como instrucción superior universitaria completa, además contrasta con lo encontrado por Ramírez (2019) el cual manifiesta que el 70% de representantes de la MYPE tienen un grado de instrucción superior no universitario, Izquierdo (2021) quien señala que el 83.33% son Administradores y finalmente contrasta con lo encontrado por Chávez (2018) quien manifiesta que el 50% tiene grado de instrucción superior no universitario. Esto resultados nos demuestra que la mayoría de los representantes tienen grado de instrucción hasta secundaria, esto quiere decir que crearon su empresa con pocos conocimientos, pero con mucha motivación y ganas de triunfar en la vida, ganando experiencia y posicionándose en el mercado con el paso del tiempo.

### **Características de las micro y pequeñas empresas.**

Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas: El 75% de los representantes cuentan con 1 a 5 trabajadores (Tabla2). Este resultado coinciden con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 91% de los representantes cuentan con 1 a 5 trabajadores, además coinciden con lo encontrado por Izquierdo (2021) el cual manifiesta que el 83.33% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, también coinciden con los resultados encontrados por Rosas (2019) quien señala que el 51.5 % de las micro y pequeñas empresas tienen de 3 a 5 trabajadores, pero contrasta con los resultados encontrados por Ramírez (2019) quien señala que el 70% de los representantes encuestados, respondieron que tienen entre 7 a 11 trabajadores, además contrasta con los resultados encontrados por Chávez (2018) quien señala que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores. Esto nos demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen poco tiempo en el mercado por ese motivo tienen la capacidad de abastecerse con pocos trabajadores debido a que muchas veces la venta varía y no tiene solvencia necesaria para cubrir dicho gasto.

Vínculo de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas: el 58.3% de los representantes tienen a familiares trabajando en su empresa (Tabla 2). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Chávez (2018) quien señala que el 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen como colaboradores a personas con un vínculo familiar, por otro lado contrasta con Villacorta (2019) quien señala que el 82% de las mypes son laboradas por personas sin un vínculo familiar, asimismo Ramírez (2019) señala que el 60% de las mypes son laboradas por personas sin vínculo familiar y con Izquierdo (2021) quien señala que el

100% de los trabajadores no tienen un vínculo familiar. Este resultado encontrado nos demuestra que la mayoría de las mypes laboran con personas con un vínculo familiar por la confianza que les genera.

### **Características de la Gestión de Calidad con el enfoque en atención al cliente.**

Conocimiento del término gestión calidad de los representantes: El 75% de los encuestados si conocen el término de calidad (Tabla3). Estos resultados coinciden con Villacorta (2019) el cual manifiestan que el 45% indico que conoce el significado de Gestión de Calidad, además coinciden con los resultados encontrados por Rosas (2019) quien manifiestan que el 52.2% de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad, también coinciden con los resultados encontrados por Ramírez (2019) el cual manifiesta que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conoce el significado de Gestión de calidad y finalmente coincide con los resultados encontrados por Izquierdo (2021) quien señala que el 75% tienen conocimiento del término calidad, pero contrasta con los resultados encontrados por Chávez (2018) el cual manifiestan que el 100% de los representantes no conoce el término gestión de calidad. Esto nos demuestra que la mayoría de los representantes tienen conocimiento sobre el tema de gestión de calidad, lo cual es importante ya que contribuye a que una organización sea eficiente, toda organización tiene que contar con el protocolo establecido en las normas ISO, para aportar la garantía y confianza ofreciendo un producto o servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores.

Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad: el 58.3% de los representantes aseguran que la dificultad para implementación de la gestión de calidad es la poca iniciativa (Tabla3). Este resultado contrasta con los resultados encontrados por Villacorta (2019) quien señala que el 82% manifiesta que la dificultad se presenta debido a que los trabajadores no se adaptan a los cambios, asimismo contrasta con los resultados encontrados por Chavez (2018) quien señala que el 33.3% de los encuestados manifiestan que los trabajadores no se adaptan a los cambios. Esto nos demuestra que los trabajadores de las micro y pequeñas empresas no tienen la motivación suficiente para tomar la iniciativa, esto limita al crecimiento de la organización impidiendo desarrollar nuevas estrategias para brindar un producto o servicio de mejor calidad.

Rendimiento del negocio con la gestión de calidad: el 100% afirman que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio (Tabla3). Este resultado coinciden con los resultados encontrados por Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 100% de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, además coinciden con los resultados encontrados por Izquierdo (2021) el cual manifiesta que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa, también coincide con los resultados encontrados por Ramírez (2019) el cual manifiesta que el 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, asimismo coincide con los resultados encontrados por Yarleque (2018) quien señala que el 81% de los encuestados afirman que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos trazados por la empresa, y por ultimo Chávez (2018) quien señala que el 100% de los

encuestados señalan que la gestión de calidad contribuye a alcanzar los objetivos de la empresa. Esto nos demuestra que con una buena gestión de calidad se puede alcanzar el rendimiento de la empresa debido a que se lograra satisfacer las necesidades de los clientes brindando un buen servicio.

Conocimiento del término atención al cliente: el 83.3% de los representantes conocen el termino atención al cliente (Tabla3) Este resultado coincide con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 64% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que conocen el término atención al cliente, además coinciden con los resultados encontrados por Izquierdo (2021) quien manifiesta que el 100% de los representantes conocen el termino atención al cliente, asimismo coincide con el resultado de Chávez (2018) quien indica que el 100% de los encuetados afirmaron que conocen el termino atención al cliente, finalmente coincide con los resultados encontrados por López (2018) quien señala que el 100% de los representantes conocen el termino atención al cliente. Este resultado demuestra que las micro y pequeñas empresas están dirigidas por personas capacitadas en el tema atención al cliente y esto contribuye a brindar un mejor servicio.

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad: el 83.3% de los representantes utilizan la comunicación como herramienta para brindar un servicio de calidad (Tabla3). Este resultado coincide con Rosas (2019) quien señala que el 81.8% de los representantes consideran que la comunicación es la herramienta que utilizan para brindar un servicio de calidad, también coincide con los resultados encontrados por Villacorta (2019) quien señala que el 64% de los encuestados tienen como herramienta para un servicio de calidad la comunicación, asimismo coincide con López (2018) quien señala que el 46.6% de los encuestados utilizan la comunicación

como herramienta para brindar un servicio de calidad, por otro lado contrasta con los resultados encontrados por Ramírez (2019) quien señala que el 70% de los representantes utilizan la confianza como herramienta para un servicio de calidad, por Izquierdo (2021) quien señala que utilizan la retroalimentación y por ultimo contrasta con Yarleque (2018) quien señala que el 59% de los representantes de las mypes utilizan la confianza como herramienta para brindar un servicio de calidad. Este resultado demuestra que los trabajadores de las mypes tienen buena comunicación con los consumidores esto permite que el ambiente se muestre agradable y confortable para todo el entorno.

Causa de una mala atención: el 50% de los representantes dan una buena atención a sus clientes debido a que no tienen el personal suficiente (Tabla3). Este resultado contrasta con Villacorta (2019) quien manifiesta que el 73 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que dan una mala atención por una mala organización de sus trabajadores, contrasta con los resultados encontrados por López (2018) quien señala que el 47.7% de los representantes de las mypes respondieron que brindan una buena atención a sus clientes, del mismo modo contrasta con los resultados encontrados por Yarleque (2018) quien señala que el 85% de los representantes señala que si brinda una atención de calidad, asimismo contrasta con Chávez (2018) señala que el 100% de los representantes afirman brindar una buena atención a sus clientes, finalmente contrasta con el resultado encontrado por Ramírez (2019) quien señala que el 40% de los representantes brindan una mala atención debido a que no cuentan con los equipos necesarios. Este resultado demuestra que las micro y pequeñas empresas no se abastan con el personal contratado, debido a que con el paso

del tiempo el negocio de vuelve más rentable y se necesita más ayudantes para que se pueda brindar un servicio eficiente.

Resultados de una buena atención al cliente: el 41.6% de los representantes nos da a conocer que por una buena atención al cliente han logrado fidelizar a sus clientes y tener clientes satisfechos (Tabla3). Este resultado coincide con Rosas (2019) quien señala que el 69.7% de los representantes han conseguido la fidelización de sus clientes como resultado de brindar una buena atención, del mismo modo coincide con los resultados encontrados por Yarleque (2018) quien señala que el 85% de los representantes han logrado satisfacer a los clientes con una buena atención, también coincide con López (2018) quien señala que el 79.3% de los representantes tienen clientes satisfechos como resultado de la buena atención, asimismo coincide con Villacorta (2019) quien señala que el 36% de los encuestados han logrado satisfacer a sus clientes por la buena atención que se les brinda, pero contrasta con Chávez (2018) quien señala que el 100% de los representantes han logrado el posicionamiento en el mercado y con Izqueirido (2021) quien señala que el 75% ha incrementado sus ventas. Este resultado demuestra que la fidelización de los clientes y la satisfacción lo pueden lograr brindando una buena atención al cliente, esto beneficia a las empresas porque ayuda a que se mantenga en el mercado.

## **Plan de mejora**

### **1. Diagnostico general**

- **Nombre o razón social:** Pizzerías
- **Dirección:** Distrito de Nuevo Chimbote
- **Nombre del representante:** Gerentes de las pizzerías de Nuevo Chimbote

### **2. Misión**

Satisfacer a nuestros consumidores, ofreciendo las mejores pizzas y platos italianos, manteniendo los protocolos de calidad, con una buena atención en un agradable ambiente familiar.

### **3. Visión**

Ser reconocidos como la pizzería número uno de la región por la satisfacción de nuestros clientes, la buena atención, nuestros estándares de calidad, trabajando en equipo y manteniendo un constante crecimiento.

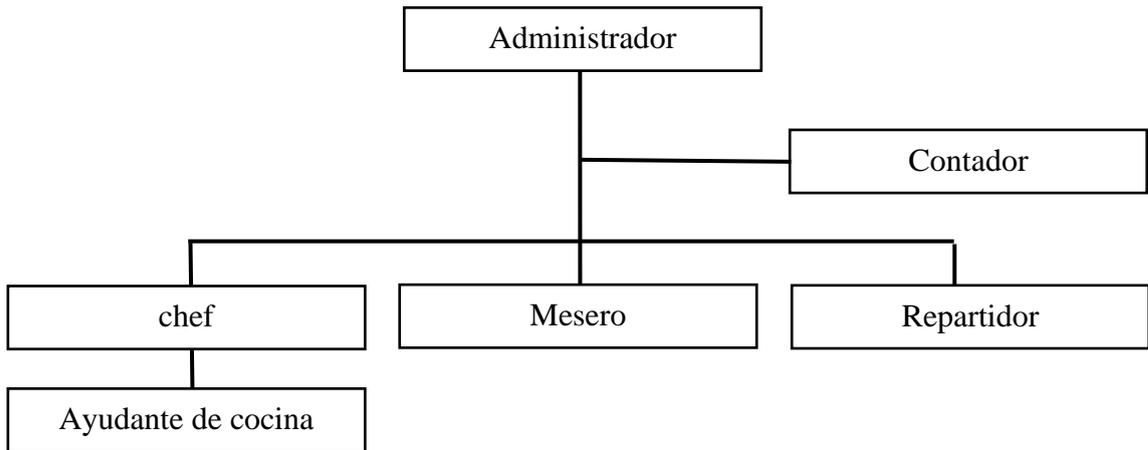
### **4. Objetivos empresariales**

- Lograr ser identificado por el público como el mejor en rubro pizzerías.
- Cumplir con todas las expectativas que espera el cliente, en calidad y tiempo de entrega.
- Proporcionar a los consumidores y proveedores un excelente practica de innovación, mejora continua y trabajo en equipo.

## 5. Servicios

La pizzería, ofrece una amplia variedad de platos Italianos como Pizza, lasaña, pan al ajo.

## 6. Organigrama de la empresa



### 6.1.Descripción de funciones

<b>Cargo</b>	<b>Gerente</b>
<b>Perfil</b>	Estudios afines a la Carrera administración de empresas. Conocimiento y experiencia en el rubro.
<b>Funciones</b>	Planifica, organiza, dirige y controla, asegurando el crecimiento de la empresa.

<b>Cargo</b>	<b>Administrador</b>
<b>Perfil</b>	Estudios universitarios en administración de empresas. Líder Experiencia con el manejo del personal,
<b>Funciones</b>	Su función es controlar las distintas actividades y acciones que se realicen en la empresa

<b>Cargo</b>	<b>Contador</b>
<b>Perfil</b>	Estudios universitarios o técnicos. Experiencia en la contabilidad
<b>Funciones</b>	Llevar las cuenta de la situación financiera de la empresa, los gastos, ingresos, asimismo los pagos y cobros pendientes de la empresa.

<b>Cargo</b>	<b>Chef</b>
<b>Perfil</b>	Chef Experiencia preparando platos italianos. Habilidades comunicativas Capacidad de trabajar bajo presión y jornadas largas
<b>Funciones</b>	Organización general del ambiente de cocina Prepara alimentos

<b>Cargo</b>	<b>Ayudante de cocina</b>
<b>Perfil</b>	Chef Seguridad integral e higiene Habilidades comunicativas
<b>Funciones</b>	Ayudar a los cocineros a preparar los alimentos (p.ej., pelar y limpiar verduras y frutas, cortar carnes y pan). Medir y mezclar ingredientes Preparar platos para servir. Controlar las existencias e informar al supervisor cuando se necesite hacer más pedidos. Desempacar y almacenar las existencias en congeladores, armarios y otras áreas de almacenaje.

<b>Cargo</b>	<b>Mesero</b>
<b>Perfil</b>	Experiencia en la atención al cliente Tener espíritu de servicio, simpatía, buenos modales.
<b>Funciones</b>	Servicio al Cliente Organizar las mesas Tomar el pedido al cliente Cobrar los pedidos Recoger la mesa Sugerir al cliente Revisar los pedidos.

<b>Cargo</b>	<b>Repartidor</b>
<b>Perfil</b>	Experiencia en la atención al cliente Tener espíritu de servicio, simpatía, buenos modales.
<b>Funciones</b>	Organiza la ruta de transporte en función del pedido y la ubicación del domicilio donde debe hacer la entrega. Conduce el vehículo desde el lugar de elaboración o venta hasta el domicilio. Libra el pedido, teniendo cuidado de que la atención al cliente sea la correcta. Realiza el registro de la transacción realizada: domicilio de entrega, hora de entrega, incidencias, etc.

## 6.2. Diagnóstico Empresarial

<b>MATRIZ FODA</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<p>F1. Personal de cocina capacitado.</p> <p>F2. Calidad en el servicio al cliente.</p> <p>F3. Experiencia en el rubro.</p> <p>F4. Buena ubicación del local</p>	<p>D1. El planeamiento estratégico no es formal.</p> <p>D2. Carencia de capacitación a los trabajadores.</p> <p>D3. Ausencia del sistema de evaluación del desempeño de los trabajadores.</p>
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategia DO</b>
<p>O1. Nuevos convenios con empresas del sector de servicios.</p> <p>O2. Marketing en las redes sociales.</p> <p>O3. Poca competencia en el rubro pizzerías.</p> <p>O4. Exposición del producto en diversas ferias gastronómicas.</p>	<p>Fortalecer convenios y alianzas con empresas estratégicas que permitan alcanzar un posicionamiento en el mercado, basado en la calidad, buen servicio, buena sazón y un ambiente familiar</p>	<p>Capacitar a los trabajadores con la finalidad de cumplir con la propuesta de brindar un ambiente agradable como complemento a la calidad del servicio.</p>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategia FA</b>	<b>Estrategia DA</b>
<p>A1. Aumento del costo de los insumos.</p> <p>A2. Anulación del contrato de alquiler del local por parte del propietario.</p> <p>A3. Reducción de la venta debido a pandemias, contaminación del ambiente o cambios climáticos</p> <p>A4. Crecimiento de nuevas tendencias gastronómicas que creen productos sustitutos.</p>	<p>Mejorar las garantías del producto, para superar a la competencia.</p> <p>Buscar proveedores que ofrezcan productos de calidad a precios accesible, generando ganancias para ambos.</p>	<p>Desarrollar nuevas estrategias de marketing con la finalidad de fomentar las visitas a las pizzerías, logrando un posicionamiento que se destaque por la propuesta de valor brindada.</p>

## 7. Indicadores de gestión

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de indicadores dentro de las mype</b>
Poca iniciativa para implementar la gestión de calidad	Los trabajadores muestran poca iniciativa en la aplicación de gestión de calidad
Personal	Falta de recursos financieros para contratar más personal.
Falta de capacitaciones	Los representantes se centran en otras actividades y restan importancia a las capacitaciones.

## 8. Problemas

<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Surgimiento del problema</b>
Poca iniciativa en relación a la gestión de calidad	Los trabajadores muestran poca iniciativa en la aplicación de gestión de calidad	Por falta de inversión en capacitaciones y poco interés por parte de los representantes y trabajadores.
Personal	Poco personal	Falta de recursos financieros para contratar más personal.
Falta de capacitaciones.	Desinterés.	Los representantes se centran en otras actividades y restan importancia a las capacitaciones.

## 9. Establecer Soluciones

### 9.1. Establecer acciones

<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Acción de mejora</b>
Poca iniciativa en relación a la gestión de calidad	Los trabajadores no toman la iniciativa en la implementación de la gestión de calidad	Designar a miembros responsables de cuidar la correcta gestión de calidad.
Personal	Falta de personal	Motivar al personal a trabajar en equipo, para que se realicen las tareas de manera eficiente, y aumentar el personal de acuerdo a la demanda para brindar una buena atención al cliente.
Falta de capacitaciones	Desinterés.	Realizar un plan de capacitaciones mensuales portando beneficio para el negocio.

## 9.2. Estrategias que se desea implementar

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Designar a miembros responsables de cuidar la correcta gestión de calidad.	Poco interés en los trabajadores	6 meses	Mejora el servicio brindado a los clientes aportando un valor agregado al servicio.	Planificar reuniones en base de propuestas de mejora con el fin de lograr una interacción en equipo, comprendiendo los beneficios de la aplicación de la gestión de calidad.
2	Motivar al personal a trabajar en equipo, para que se realicen las tareas de manera eficiente, y aumentar el personal de acuerdo a la demanda para brindar una buena atención al cliente.	No tiene suficiente personal	6 meses	Fomentar el trabajo en equipo para alcanzar las metas propuestas y un buen clima laboral	Fomentar el trabajo en equipo priorizando el trabajo eficiente.
3	Realizar un plan de capacitaciones mensuales portando beneficio para el negocio.	Falta de capacitaciones	1 año	Personal motivado y competitivo	Establecer un cronograma de evaluación con el fin de medir el rendimiento de las áreas.

### 9.3. Recursos para la implementación de las estrategias

- Talento humano
- Recursos económicos
- Recursos tecnológicos
- Tiempo

N°	Estrategias	Recursos humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Designar a miembros responsables de cuidar la correcta gestión de calidad.	Personal	s/. 950 mensuales	Laptop	6 meses
2	Aumentar el personal de acuerdo a la demanda para brindar una buena atención al cliente.	Personal	s/. 450 mensuales	Computadora	6 meses
3	Realizar un plan de capacitaciones mensuales portando beneficio para el negocio.	Contratar un especialista	s/. 2,500 mensuales	Computadora	1 año

## 10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Año 2021												
				E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
1	Designar a miembros responsables de cuidar la correcta gestión de calidad.	01-01-21	30-06-21													
2	Aumentar el personal de acuerdo a la demanda para brindar una buena atención al cliente.	01-01-21	30-06-21													
3	Realizar un plan de capacitaciones mensuales portando beneficio para el negocio.	01-01-21	30-12-21													

## **VI. CONCLUSIONES**

La mayoría de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre 31 a 50 años, son de género masculino, tienen grado de instrucción secundaria

La mayoría de las micro y pequeñas empresas cuentan con un número de 1 a 5 trabajadores y las personas que trabajan para estas micro y pequeñas empresas con familiares de los propietarios de los negocios.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos trazados por la empresa. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas conocen el término gestión de calidad, tienen como dificultad para implementar la gestión de calidad la poca iniciativa de sus trabajadores, si conoce el término atención al cliente, utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, aseguran que no brindan una buena atención por la falta de personal y han logrado fidelizar a sus clientes y tener clientes satisfechos con una buena atención.

Se elaboró un plan de mejora basándose en los resultados de la investigación, con el propósito de establecer estrategias que permitan aplicar una correcta gestión de calidad.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Implementar nuevas estrategias de atención al cliente en los negocios, esto permite que los administradores, deban asistir de manera constante a las capacitaciones, charlas o congresos con respecto al tema Atención al cliente, lo cual le conlleva a gestionar de la mejor manera sus labores para el desarrollo de sus tareas, aportando mejoras al momento de hacer uso las nuevas herramientas y técnicas que puedan contribuir a mejorar la calidad y productividad de la empresa.

Mejorar el servicio, a través de una buena gestión de calidad que permitirá ayudar a controlar y mejorar los rendimientos de los servicios, con la finalidad de brindarles un servicio eficiente, con la cual todas sus expectativas queden satisfechas.

Elaborar programas de capacitación y brindar información al personal para que estén preparados y puedan brindar un excelente servicio, con la finalidad de evitar quejas o reclamos por parte de nuestros clientes, así mismo puedan adecuarse de manera positiva a las nuevas técnicas o herramientas de atención al cliente, para que así el cliente quede satisfecho y regrese nuevamente a nuestro establecimiento, de esa forma nuestro negocio se torna rentable y es reconocido por la buena atención que brindamos, por otro lado debemos conocer muy bien a nuestros clientes para saber cuáles son sus gustos y preferencias con la finalidad de satisfacer cada una de sus necesidades convirtiéndolos así en clientes fieles.

Implementar el plan de mejora estructurado en la siguiente investigación lo cual permitirá mejorar el rendimiento de la organización.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Arana, D. (2018). *Pymes Mexicanas, un panorama para 2018*. Forbes.  
<https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>
- Arellano y Schuster (2016). *Informe de resultados: El micro emprendedor en Chile*.  
<https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2016/02/Informe-de-resultados-el-microemprendedor-en-Chile.pdf>
- Blanco, G. C., Lobato, G. F., & Lobato, V. F. (2013). *Comunicación y atención al cliente*.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3212252&query=atencion%2Bal%2Bcliente%2B>
- Chávez, E. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote*, 2016.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9189/GESTION\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_CLIENTE\\_CHAVEZ\\_PAREDES\\_.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9189/GESTION_CALIDAD_ATENCION_CLIENTE_CHAVEZ_PAREDES_.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Díaz, F. M. J. (2014). *Atención básica al cliente: Manual teórico*.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4184455&query=atencion+al+cliente+#>
- González, R. L. D. L. L. (2017). *Procedimiento para la gestión integral de los costos de la calidad: Aplicación en la empresa comercializadora y distribuidora de medicamentos*.  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5426320&query=gestion+de+calidad+lopez#>
- Izquierdo, Y. (2021). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio – rubro pollerías, casco urbano de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/21589>

- Jireh, Y. (2018) *calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza burger diner, ubicado en la cabecera del departamento de zacapa*. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>
- Ley 30056, (2013). *Ley que modifica diversas Leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Título II. Capítulo I. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas*. [http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML\\_GRAL\\_INVERSI ON\\_LEY\\_30056/Ley%20N%2030056.pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSI ON_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf)
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, Ecuador*. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- López, F. (2015). *Definición e importancia de atención al cliente*. <https://Www./Definición E Importancia De Atención cliente.pdf>
- López, G. L., Pérez, F. H. M., & Pérez, H. J. M. (2013). *Comunicación y atención al cliente: Grado superior*. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3212252&query=atencion+al+cliente+#>
- Martínez. O. (2018). *Encuesta a empresarios Pymes: balance y perspectivas para 2018. Clarin economía*. [https://www.clarin.com/economia/pymes-balance-perspectivas-2018\\_0\\_H1Pte4p7z.html](https://www.clarin.com/economia/pymes-balance-perspectivas-2018_0_H1Pte4p7z.html)
- Nueva ISO 9001:2015. (2019). *Etapas fundamentales al implementar un sistema de gestión de calidad*. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/4-4-sistema-de-gestion-de-la-calidad/>
- Ramírez, Y. (2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019*. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14865/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_RAMIREZ\\_GARCIA\\_YDALIA\\_ROCIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14865/ATENCION_AL_CLIENTE_RAMIREZ_GARCIA_YDALIA_ROCIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Rosas, D.(2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019.* (Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote
- Sosa, D. (2015). *Administración por Calidad. Un Modelo de Calidad Total para las Empresas.* Edit. Limusa. México
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2016). *Ancash sumario regional.*  
[http://demi.produce.gob.pe/Content/files/doc\\_03/Regionales/Ancash.pdf](http://demi.produce.gob.pe/Content/files/doc_03/Regionales/Ancash.pdf)
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2019). *Ingresos tributarios del gobierno central: Abril 2019.*  
<http://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2017). *Régimen MYPE tributario.*  
<http://orientacion.sunat.gob.pe/images/nuevosinscritos/REMYPe.pdf>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2015) *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme Comercio Interno2015.*  
<https://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuarioestadistico-mype-2015.pdf>
- Superintendencia Nacional de Fiscalización Labora. (2016). *Régimen laboral en la micro y pequeña empresa (MYPE).*  
<https://www.sunafil.gob.pe/noticias/item/3843-regimen-laboral-en-la-micro-y-pequena-empresa-mype.html#iii-derecho-laborales-en-la-mype>
- Tarodo, P. C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente.*  
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3229607&query=atencion+al+cliente+#>
- Vilacorta, H. (2019). *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante,*

*urbanización los jardines, Trujillo 2018.*  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD\\_CLIENTE\\_VILLACORTA\\_AREDO\\_HILDER\\_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Yarleque, T. (2018). *Caracterización de la capacitación y la calidad de servicio al cliente de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del mercado de tumbes,* 2018.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8262/CAPACITACION\\_CALIDAD\\_DE\\_SERVICIO\\_YARLEQUE\\_SAAVEDRA\\_TOMMY\\_ALESSANDRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8262/CAPACITACION_CALIDAD_DE_SERVICIO_YARLEQUE_SAAVEDRA_TOMMY_ALESSANDRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES									
N°	Actividades	Año 2021							
		Julio				Agosto			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Redacción del informe preliminar	X	X	X					
2	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación				X				
3	Pre Banca					X			
4	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación						X		
5	Redacción del artículo científico							X	
6	Sustentación final								X

## Anexo 2

### Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
✓ Impresiones	0.30	60	18.00
✓ Fotocopias	0.05	35	1.75
✓ Empastado	5.00	1	5.00
✓ Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	95	9.50
✓ Lapiceros	0.50	2	1.00
<b>Servicios</b>			
✓ Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
✓ Pasajes para recolectar información	2.30	15	34.50
<b>Sub total</b>			
<b>Total, presupuesto desembolsable</b>			169.75
<b>Presupuesto 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)	30.00	4	120.00
✓ Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
✓ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
✓ Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
✓ Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			821.75

### Financiamiento:

Autofinanciado por el estudiante

### Anexo 3

#### Cuadro de sondeo

<b>Razón social</b>	<b>Dirección</b>
PIZZALFREDO	Av. Pacífico 574, Nuevo Chimbote 02711
Pizzería Gabriel	Urb. Las Casuarinas Mz Q Lt 12, 51 Chimbote
La Pietra	Av. Chimbote 437, Urbanización Buenos Aires Nuevo Chimbote
Pizzeria La Gran Diabla	Urb. Santa Cristina Mz. N Prima Lote 20, Nuevo Chimbote 02711
Pizzería Della Nonna	Av. Argentina Mz H2 Lt 14A, Nuevo Chimbote 02711
Pizza Mostra	Jr Coishco, Nuevo Chimbote 02711
Puerto pizza	Calle Hualcán 283, Chimbote 02711
Pizza Luperdi	Casuarinas p1 lote
Luperdi Pizzas	Av. Pacífico 442, Chimbote 02711
La Vera Pizza	Av. Argentina, Nuevo Chimbote 02711
Pizzería Romana	Av. Anchoqueta 956, Chimbote 02711
La Mía Pizza Nuevo Chimbote	Av. Pacífico 1272, Chimbote 02711

## Anexo 4



### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

#### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

#### CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I. 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. Género**

- a) Masculino
- b) Femenino

##### **3. Grado de instrucción**

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

## **II. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

### **4. Número de Trabajadores**

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

### **5. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

## **III. REFERENTE A LA ATENCION AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTION DE CALIDAD.**

### **6. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?**

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

### **7. ¿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

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

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

**9. ¿Conoce el termino atención al cliente?**

- a) Si
- b) Tengo cierto conocimiento.

**10. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.**

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

**11. 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.

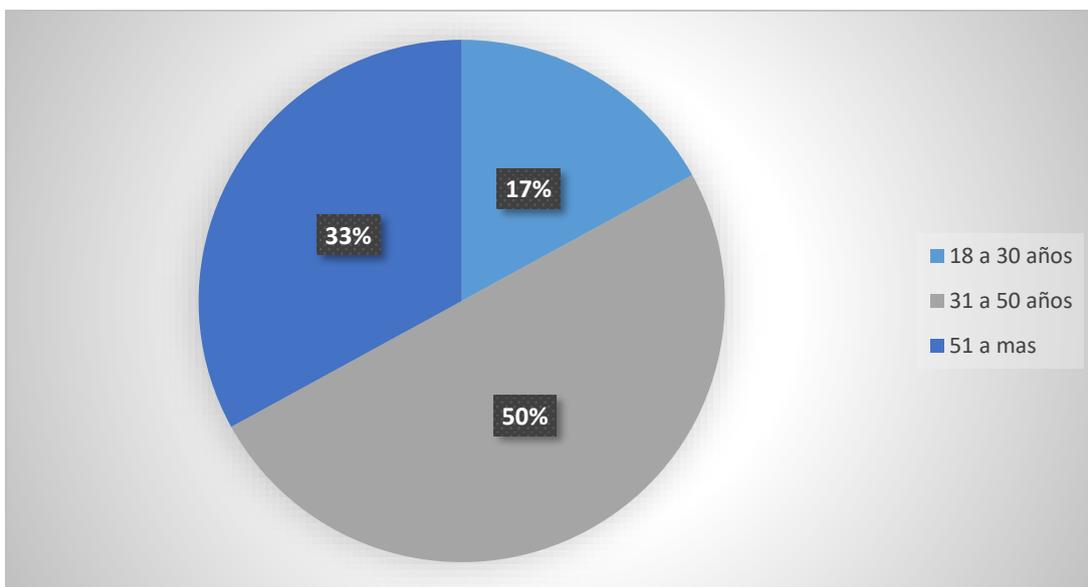
**12. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.**

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

## Anexo 5

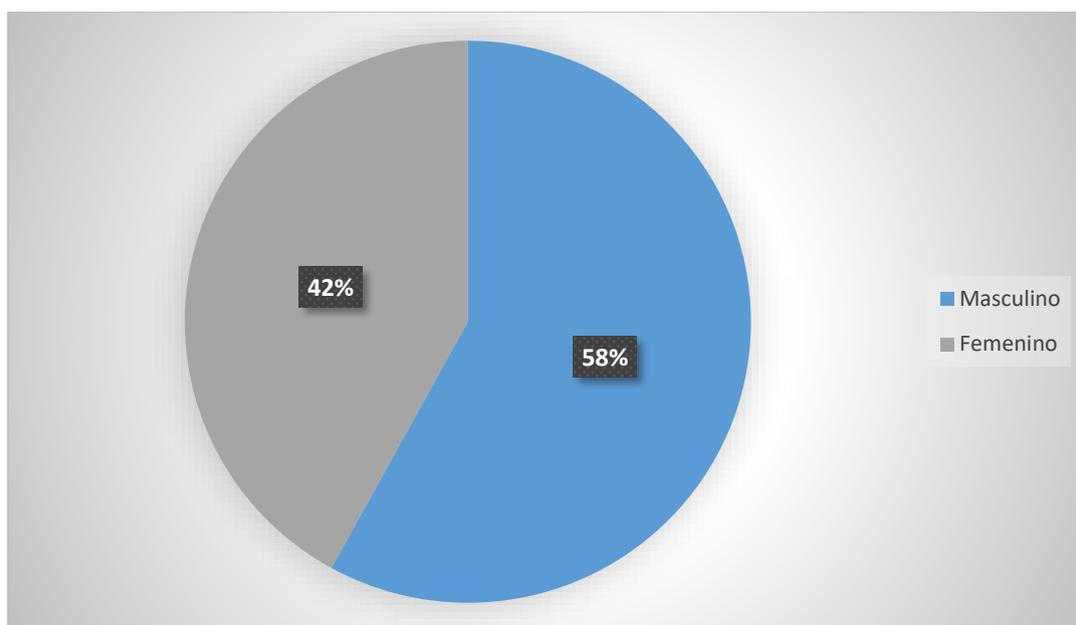
### Figuras

**Tabla I. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2019.**



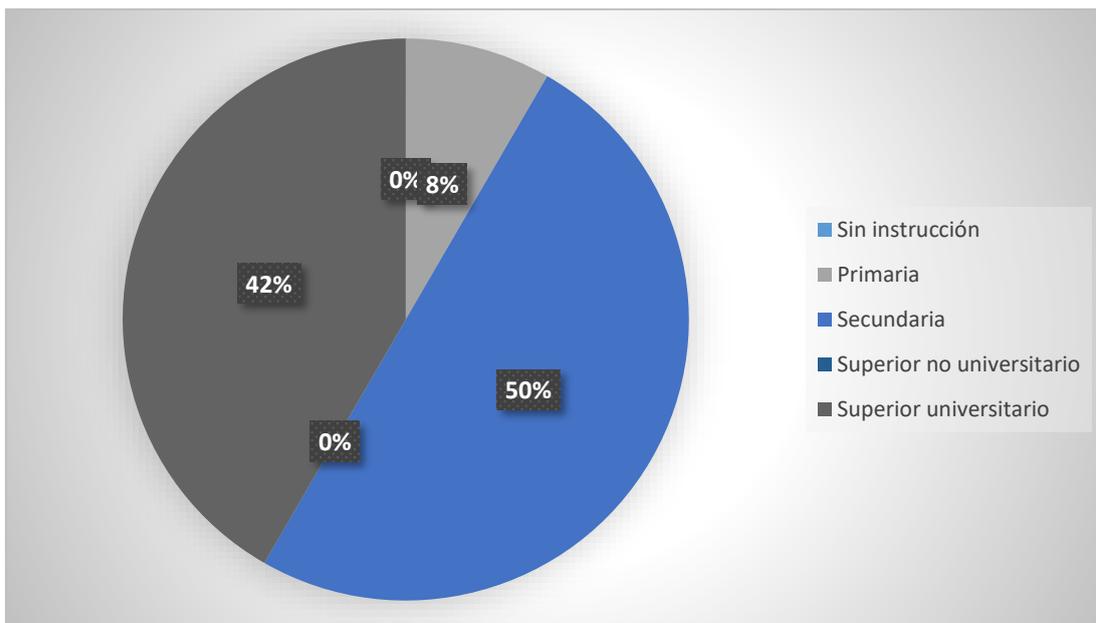
**Figura 1. Edad**

**Fuente. Tabla 1**



**Figura 2. Género**

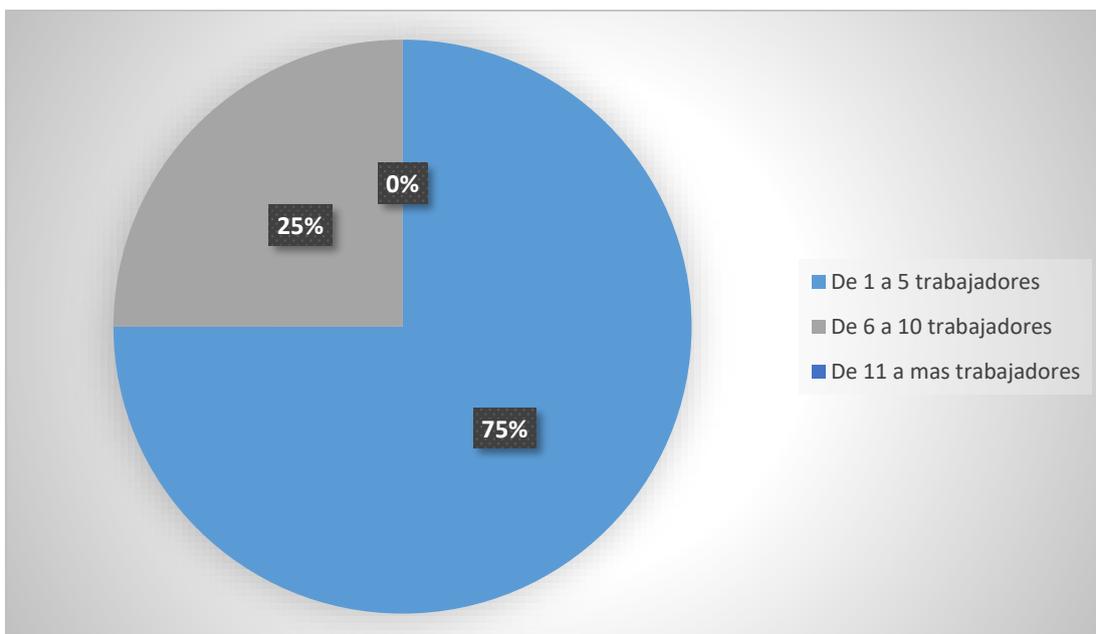
**Fuente. Tabla 1**



**Figura 3.** Grado de instrucción

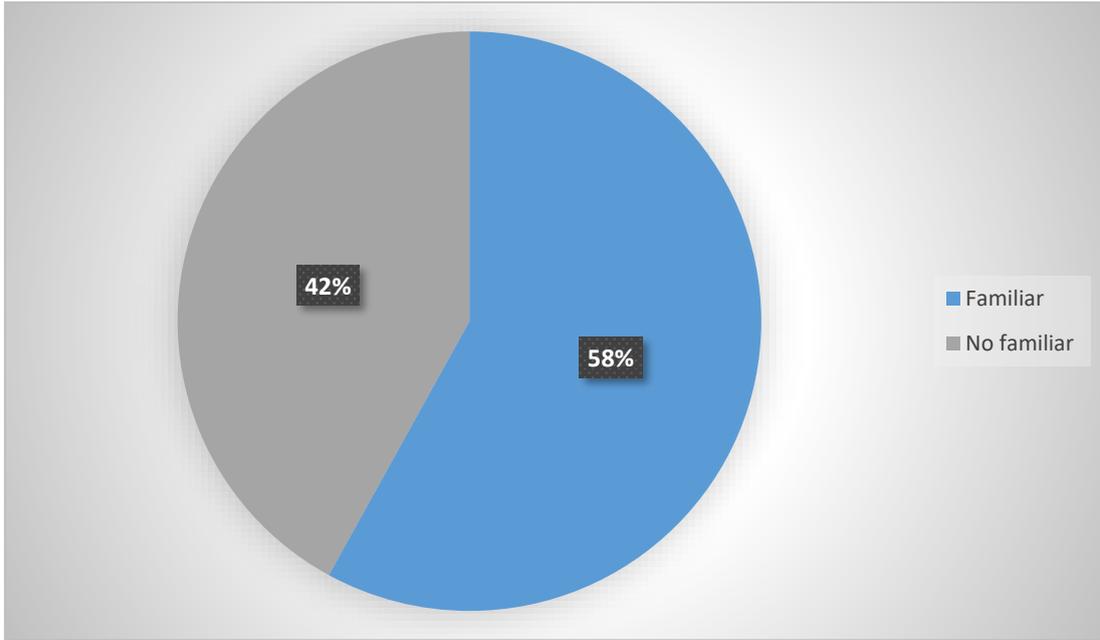
**Fuente.** Tabla 1

**Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro sector comercio-rubro pizzerías en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2019.**



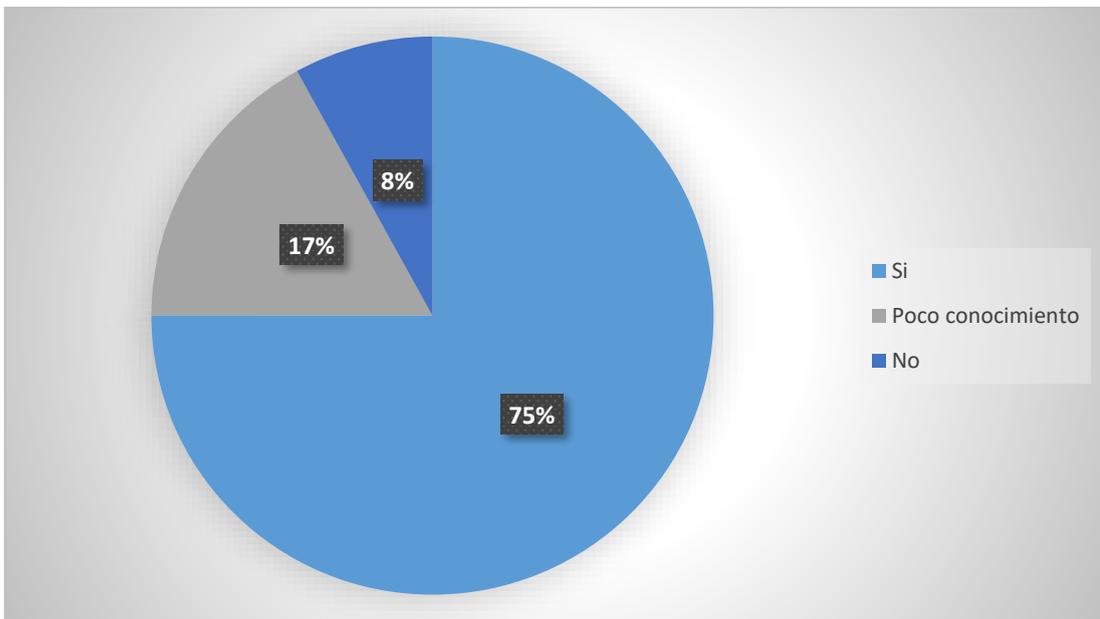
**Figura 4.** Número de trabajadores

**Fuente.** Tabla 2

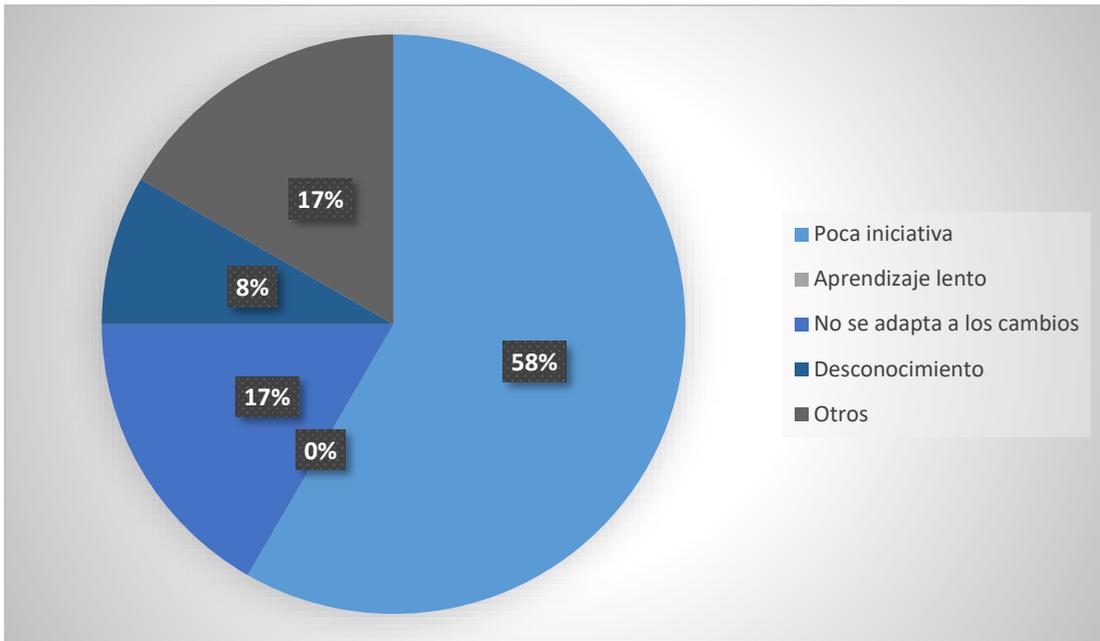


**Figura 5.** Vínculo de las personas que trabajan en la empresa  
**Fuente.** Tabla 2

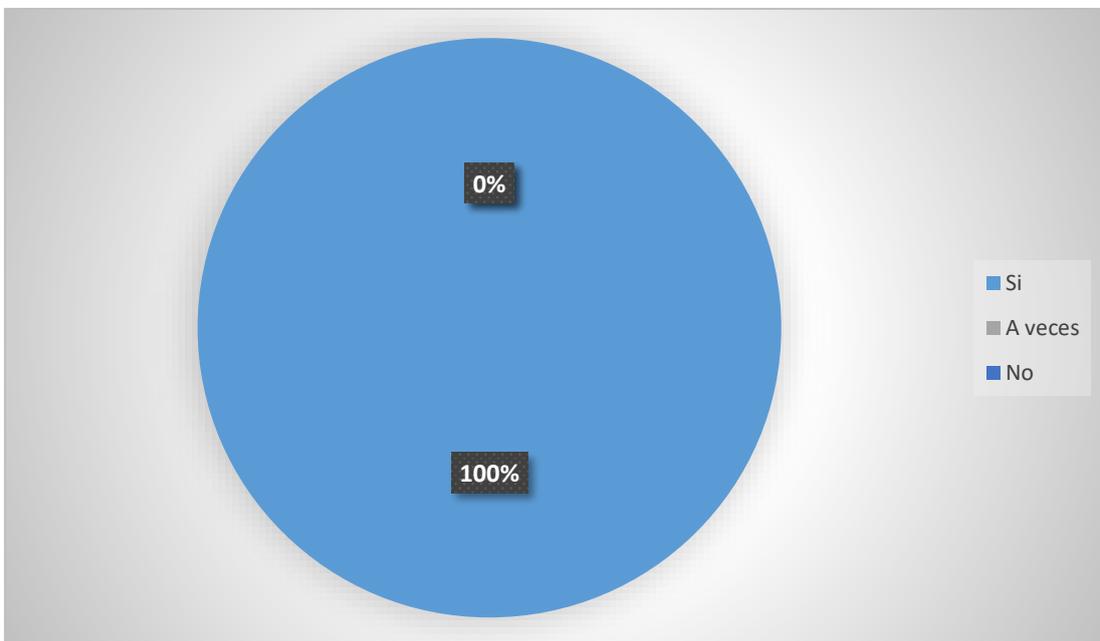
**Características de la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pizzerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.**



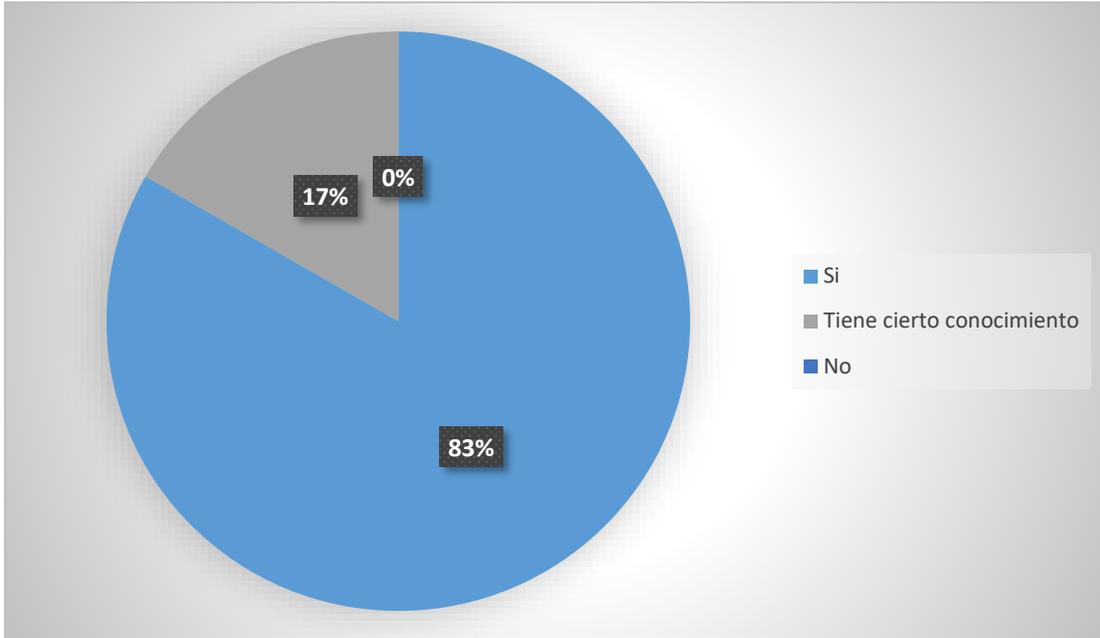
**Figura 6.** Conocimiento del término Gestión de Calidad  
**Fuente.** Tabla 3



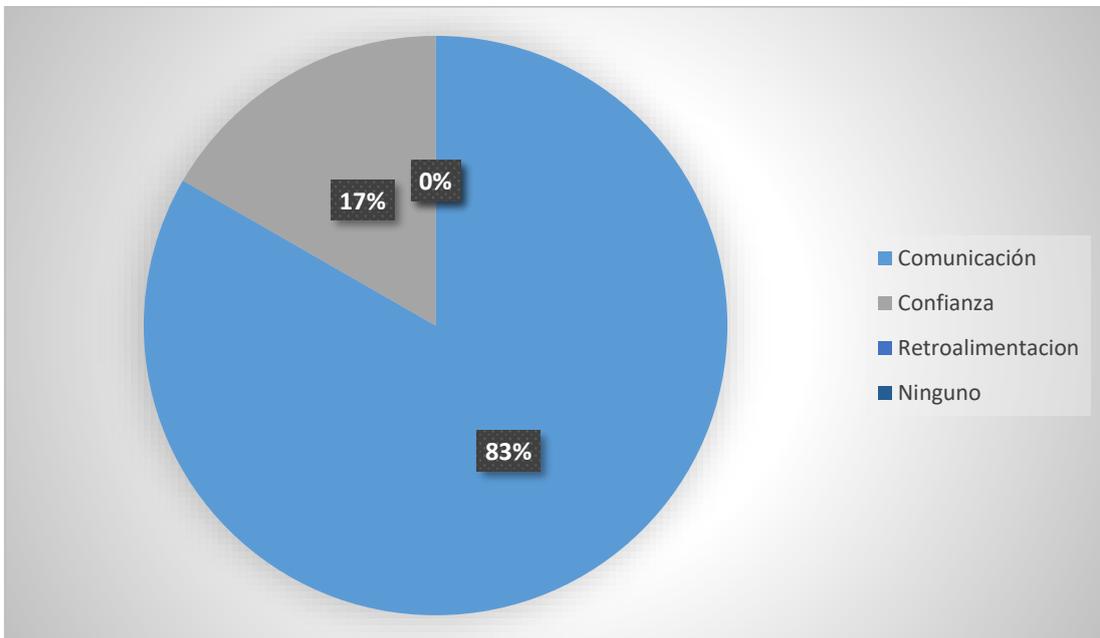
**Figura 7.** Dificultad del personal para implementar la Gestión de Calidad  
**Fuente.** Tabla 3



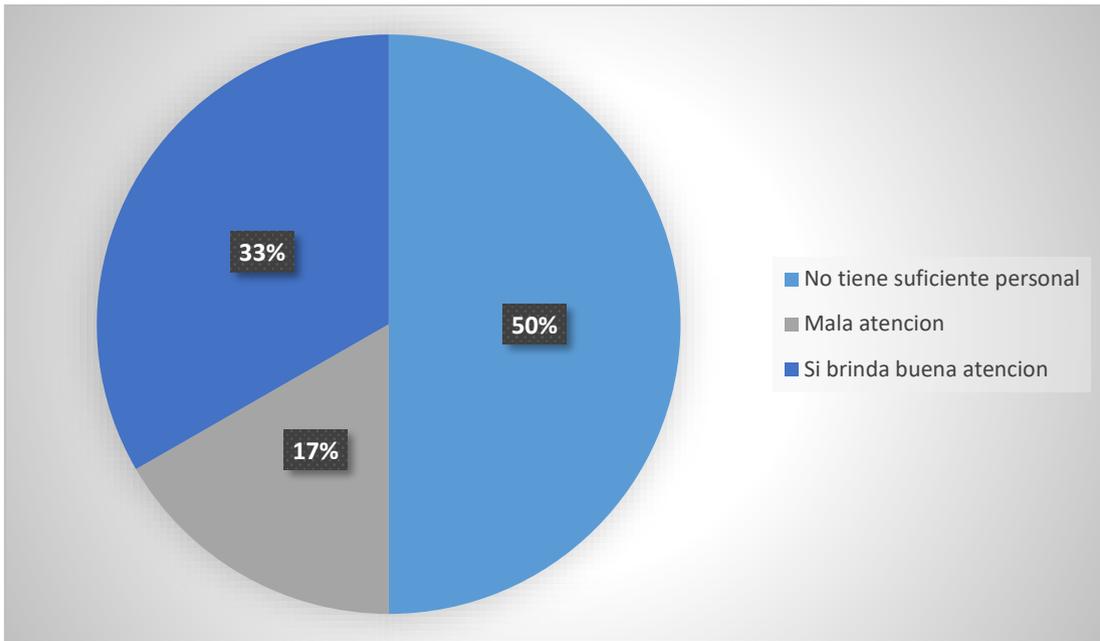
**Figura 8.** Contribución de la Gestión de Calidad en el rendimiento  
**Fuente.** Tabla 3



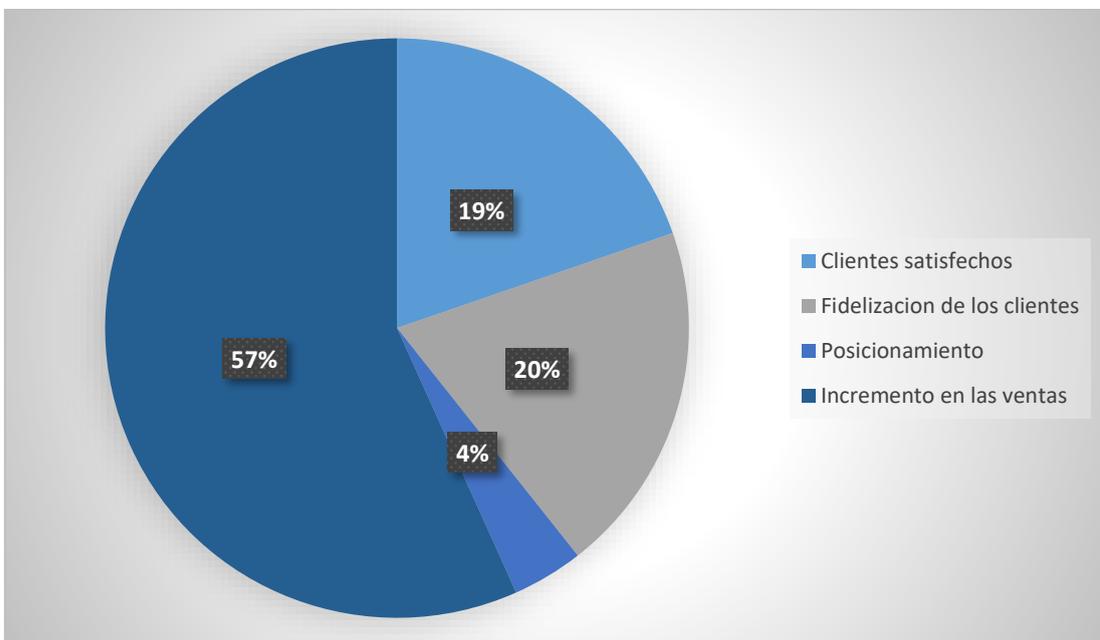
**Figura 9.** Conocimiento del término atención al cliente  
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 10.** Herramientas para un servicio de calidad  
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 11.** Causa de una mala atención al cliente  
**Fuente.** Tabla 3



**Figura 12.** Resultado de una buena atención al cliente  
**Fuente.** Tabla 3