



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE  
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL  
SECTOR SERVICIOS, RUBRO POLLERIAS DEL DISTRITO

DE CASMA, AÑO 2019

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

AUTORA

CONGO GAVINO MARÍA ISABEL

ORCID: 0000-0002-5011-9814

ASESOR

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Congo Gavino María Isabel

ORCID: 0000-0002-5011-9814

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

### **ASESOR**

Centurión Medina Reinerio Zacarías

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**

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidenta de Jurado

Salinas Gamboa José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro de Jurado

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro de Jurado

## **Hoja de firma del jurado y asesor**

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

Presidente

ORCID ID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa José German

**Miembro**

**ORCID ID:** 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio María Isabel

**Miembro**

**ORCID ID:** 0000-0003-1132-2243

Centurión Medina Reinerio Zacarías

**Asesor**

**ORCID ID:** 0000-0002-6399-5928

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer a Dios por brindarme la sabiduría, la constancia y la confianza para poder terminar este trabajo de investigación con satisfacción.

A mi Abuela por brindarme su apoyo en todo momento de mi vida, por impulsarme para que no me rindiera, por la confianza que me brinda para poder lograr cada meta trazada y uno de ellos es terminar con éxito el trabajo de investigación.

Agradezco a mi asesora; Estrada Díaz Elida por la guía en la elaboración de mi trabajo de investigación, por brindarme su apoyo en todo momento, por brindarme la capacidad de confiar en mí para así lograr a terminar con satisfacción el trabajo de investigación.

## **DEDICATORIA**

A Dios porque todos los logros obtenidos, las que seguiré obteniendo será gracias a su bendición, por darme la fortaleza y la sabiduría para terminar con el trabajo de investigación.

A mi abuela por ser la mujer y madre más buena del mundo, por siempre estar conmigo apoyándome, impulsándome a cumplir todas mis metas, por sus consejos tan valiosos y por el gran amor que me brindó en todos estos años de mi vida y porque sé que seguirá haciéndolo hasta el final de sus días.

A mi mamá y mis tíos por la confianza depositada en mí de que puedo conseguir todo lo que me propongo, por estar siempre pendiente en cada paso de mi vida brindándome sus buenos deseos y consejos que han sido muy útil para ser la persona que hoy soy.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar si la mejora de Atención al Cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo de propuesta, para el recojo de la información se utilizó una muestra de 13 micro y pequeñas empresas, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo los resultados: El 69,23% de los representantes tienen de 18 a 30 años de edad, el 76,92% tienen entre 0 a 3 años desempeñándose en el cargo, el 69,23% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 61,54% de los representantes conocen el término de gestión de calidad, el 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos del negocio, el 100% de los representantes consideran que la atención al cliente es fundamental para que los clientes regresen. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 30 años si conocen el término de gestión de calidad, utilizan la técnica de la observación para medir el rendimiento de sus trabajadores y utilizan la confianza para brindar un servicio de calidad.

Palabras Clave: Atención, calidad, cliente, gestión, microempresas

## **ABSTRACT**

The present research work had as a general objective to determine if the improvement of Customer Service as a relevant factor allows quality management in micro and small companies in the service sector, poultry industry of the district of Casma, 2019. The research was of design not experimental, cross-sectional, descriptive proposal, a sample of 13 micro and small companies was used to collect the information, using the survey technique and a 23-question questionnaire as an instrument, obtaining the results: The representatives are between 18 and 30 years old, 76.92% have between 0 and 3 years working in the position, 69.23% of the micro and small companies have 4 to 6 years of permanence in the field, 61.54% of the representatives know the term of quality management, 100% of the representatives ensure that quality management helps to achieve the business objectives, 100% of the representatives consider that customer service is critical to keeping customers coming back. The research concludes that representatives of micro and small companies are between 18 and 30 years old if they know the term of quality management, use the technique of observation to measure the performance of their workers and use trust to provide a quality service .

**Keywords:** Attention, quality, client, management, micro-businesses.

## CONTENIDO

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT .....	vii
CONTENIDO.....	viii
ÌNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	ix
I. INTRODUCCIÒN .....	1
II. REVISIÒN DE LITERATURA.....	11
III. HIPÒTESIS .....	53
IV. METODOLOGÌA .....	54
4.2. Diseño de la investigación. ....	54
4.3. Población y muestra.....	55
4.4. Definición y operacionalizaciòn de variables .....	56
4.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	61
4.6. Plan de análisis.....	61
4.7. Matriz de consistencia. ....	62
4.8. Principios éticos.....	65
V. RESULTADOS .....	66
5.1. Resultados .....	66
5.2. Análisis de resultados.....	73
VI. CONCLUSIONES .....	97
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	99
REFERENCIAS BIBLIOGRÀFICAS .....	100
ANEXOS.....	108

## ÌNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS.

Tabla 1. Características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del distrito de casma, 2019.....	66
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del distrito de casma, 2019 .....	67
Tabla 3. Características de la Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019 .....	68
Tabla 4. Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del distrito de casma, 2019. ....	71

## **FIGURAS.**

Figura 1. Edad del representante .....	121
Figura 2. Genero del representante.....	121
Figura 3. Grado de instrucción .....	122
Figura 4. Cargo que desempeña .....	122
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo .....	123
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa .....	123
Figura 7. Numero de colaboradores .....	124
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa.....	124
Figura 9. Objetivo de creación de la empresa .....	125
Figura 10. Conocimiento del termino de gestión de calidad .....	125
Figura 11: Tecinas modernas de la gestión de calidad .....	126
Figura 12. Dificultades para implementar la gestión de calidad .....	126
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento .....	127
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento .....	127
Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos de la empresa .....	128
Figura 16. Conocimiento de la atención al client .....	128
Figura 17. Aplican la gestión de calidad en los servicios que brinda la empresa .....	129
Figura 18. La atención al cliente es fundamental .....	129
Figura 19. Herramientas que usan para un servicio de calidad .....	130
Figura 20. Principales factores que influyen a una buena calidad de servicio .....	130
Figura 21. La atención a los clientes .....	131
Figura 22. Causas de una mala atención al cliente .....	131
Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente .....	132

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las Micro y pequeñas empresas en el Perú son componentes muy importantes para nuestra economía pues mantiene activa la tasa de empleo con un 80% sin mencionar que también genera el autoempleo así mismo aportan al crecimiento económico con un 40% del (PBI) Producto Bruto Interno (Sánchez, 2014).

A pesar de ser el motor del impulso de nuestra economía muchas micro y pequeñas empresas tienden a sufrir problemas de gestión de calidad en atención al cliente, pues sus productos o servicios no satisfacen realmente las necesidades de los clientes, porque no tienen a sus empleados motivados y con suficiente información sobre una buena atención al cliente, muchos empleados no tienen buenos tratos con sus clientes, no se atiende satisfactoriamente los reclamos de los clientes, no existe una buena planificación o gestión para mejorar la satisfacción del cliente.

Pero este problema no solamente a nivel nacional si no también internacional por mencionar:

En Honduras el 90% están conformados por micro y pequeñas empresas y un 10% entre medianas empresas, cada micro está generando de tres a cinco empleos y las medianas de siete a ocho. Sin embargo, el 25% de las Mypes se ven en la obligación de cerrar o reducir el personal debido a los problemas que afrontan como la falta información en las áreas administrativas, los empleados no son motivados para poder realizar sus servicios con la debida capacidad de poder satisfacer las necesidades de los clientes, no tienen técnicas de mercadeo, la debía informalidad que atraviesan estas Mype (El Herald, 2017).

En el Salvador las Mypimes representan el 99.3% y generan empleo al 68% del personal, las cuales el 58% iniciaron por razones de innovación del propietario, el 46% por falta de oportunidades y el 3% por otras razones. La productividad laboral tiene un significativo más alto en las empresas que montaron su negocio por iniciativa para poder aprovechar las oportunidades frente a las que iniciaron debido a que no tenían otra opción. Sin embargo, ambas categorías se enfrentan a diversos a diversos retos que impiden su crecimiento más sostenible en el mundo empresarial como la falta de acceso a un capital, no tienen alta competencia ya que sus productos o servicios no tienen la calidad que los clientes requieren, no usan tecnologías de información y comunicación para poder atender bien las incomodidades de los clientes, su personal no tiene capacidad debido a su bajo nivel de educación frenando así su desarrollo implicando realizar una nueva inversión para mejorar las capacidades y desenvolvimiento del personal que ayuden a tener una buena relación con sus clientes, falta de capacidad de los representantes para tener una buena administración que ayude a tener una buena gestión empresarial (Summa, 2015 ).

En República Dominicana existen 1.4 millones de MYPyMEs que representan el 98% del total de empresas que existen en este país generando así el 54% de puestos de trabajo y aportando el 38,8% de PBI. Sin embargo, sufren problemas como la falta de adquisición de capital por la informalidad que existe, muchos llegan a fracasar por la escasa capacidad gerencial para plantear estrategias bien definidas, así mismo su personal no están bien estructurado organizacionalmente para poder tener un buen servicio de calidad con sus clientes, el nivel tecnológico es muy deficiente, el bajo nivel educativo, encontrándose así

las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas en crisis para poder mantenerse en el mercado (Santana, 2018)

Las Mypymes de Nicaragua están generando 1,6 millones de empleos y aportando el 35% al PBI y no es para menos dice el Banco Central, ya que casi el 90% del total de las organizaciones registradas zona Mypymes. Sin embargo, no todo es color de rosa en el mundo de los pequeños negocios porque las compañías que sobreviven solo crecen a una tasa mucho más baja que sus similares en otras partes de regiones y su ingreso medio de compañías, uno de los motivos es la falta de acceso a un capital para poder tonificarse con urgencia, elevar la calidad de sus productos o servicios que satisfagan mejor las necesidades del cliente y poder tener nuevas tecnologías para implementar estrategias. Las Mypymes son de vital importancia para la economía en Nicaragua por lo tanto es obligatorio mejorar el entrenamiento para las actividades básicas como marketing, higiene y realizar talleres de cómo elaborar sus productos, como hacerlos rendir más y en el área administrativa para la mejora de las obligaciones de los propietarios y hacer de ellas una competencia que cumplen con todos los estándares de calidad y lo que el cliente requiere en el mercado (EyN, [Empresas y Management,2015)

Las actividades generadas por las pymes en Costa Rica representan el 30% de PBI y el 50% de empleos en el sector privado aun así hay errores y malas decisiones por parte de la gerencia que hace que no pasen de los dos años de actividad. Según Villalobos como lo cita Leandro dice que: El problema está en la planeación, que los empresarios no tienen una buena planificación estratégica, que conforme va acreciendo la empresa no establecen controles para administrar a sus trabajadores, sus inventarios, costos de producción y utilidades. A esto se suma los errores de la mala administración, desconocimiento de sus clientes y economía,

obligándoles así a cerrar a pocos años de haberlos puesto en funcionamiento (Leandro, 2015).

En México según (Condusef) solo el 10% de las Mypes llegan a los 10 años de vida logrando así el éxito esperado, mientras que el 75% de ellas fracasan, teniendo la obligación cerrar sus negocios a los dos años después de haber iniciado sus actividades. Las causas principales de cierre de estas Mypes están relacionadas a factores internos de la organización como una mala Gestión estratégica y administrativa ocasionando así el problema de no poder vender sus productos o servicios, dificultades para operar y producir servicios de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes, negligencias en los controles, ausencia de una planificación adecuada, falta de conocimiento de sus empleados para atender a sus clientes, y sobre todo la mala Gestión interna es la que obliga a estas organizaciones a un cierre inmediato de sus actividades (Gestion.org, 2015).

En Guatemala está lleno de pequeños emprendedores sin embargo hay muchas que fracasan durante los primeros cuatro años. Los principales problemas que atraviesan los emprendedores de Guatemala son el capital humano porque su bajo nivel educativo del emprendedor puede significar el cierre de su negocio ya que se necesitan conocimientos básicos del buen manejo de sus inventarios, conocer las herramientas necesarias de generar dinero para poder administrar dichos negocios, la innovación de procesos de calidad y el capital de riesgo (Valdizan, 2017).

En panamá las micro, pequeñas y mediana empresas forman parte del 96% del mundo empresarial panameño representando las actividades en 60, 740 de sus negocios a nivel nacional y también representando al 49% de las personas con empleos, pero como en todas partes estas organizaciones están sujetas a problemas

que les pueden traer el cierre de sus negocios porque les falta capacidad para para plantear estrategias para sus productos o servicios que les permita satisfacer lo que el cliente requiere y mantenerse así en el mercado, realizar publicidad, una mejor gestión en cuanto a buscar la calidad de sus servicios (Lasso, 2018).

En Argentina hay más de 600 mil pymes donde la población entre 18 a 64 años de edad son dueños o emprendedores de un negocio que representan el 15% con 3 a 5 años de antigüedad, sin embargo, la tasa de fracaso de estas empresas es muy alto y los microempresarios que se vieron obligados a cerrar sus negocios culpan al entorno externo de la empresa sobre todo en el entorno político-económico. Sin embargo, el problema que se observa en las Pymes de este país es su falta de enfoque de los representantes de la empresa para lograr la calidad del producto o servicio que el cliente requiere, falta estandarización en las operaciones, mejorar el conocimiento y gestión de sus trabajadores, mayor control de calidad en sus insumos y proveedores, tener un plan estratégico, analizar sus resultados y buen análisis de liderazgo de parte de los dueños. El cliente es el primer afectado ante una organización precaria de la empresa y tener un conocimiento escaso de su líder conjunto de los empleados llevando así a una mala atención al cliente (Destino Negocio, 2016).

En Colombia las Pymes son la parte fundamental de este sistema económico, sin embargo, de las pequeñas empresas que recién están emprendiendo el 70% fracasan debido al principal error de no conocer los factores que determinan su desempeño. Según Felipe Torres expresidente del (Programa De Transformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) El País no tiene empresas con cultura de poder producir: no tienen una buena planificación, no tienen conocimientos básicos para poder medir sus procesos, se les hace difícil

poder aumentar la calidad de sus productos, reducir costos y optimizar sus recursos en base a una buena Gestión de Calidad para tener una oferta que le ayude a competir o ponerse frente en el mercado local e internacional. Las empresas deberían de reconocer que son sistemas en evolución constante, que no dependen de un diseño si no de una gestión adecuada y tener acciones acordes a la situación (El Espectador, 2018).

En una Investigación hecha por Centro de Atención a la pequeña y Mediana Empresa (COPYME) revelo que las pequeñas empresas de Paraguay el 60 o 70% fracasan debido a que el empresario paso por alto nociones básicas sobre la administración de su negocio. En el estudio realizado también revelo que el 27% cierran porque sus productos o servicios no alcanzan los requisitos necesarios para poder sobrevivir en el mercado. La falta de conocimiento del empresario es uno de los problemas por los que atraviesan estas empresas puesto que no le ayuda a tener una buena organización y poder gestionar bien sus actividades y recursos. Otro resultado dio a conocer que 18,5% cierran porque sobreestiman el número y desconocen el tipo de clientes que tienen en frente, el 16% cierran porque no han invertido en publicidad y un 6,9% porque el precio está por encima de lo que el mercado está dispuesto a pagar (Gómez, 2017).

En Chile el 99% de las empresas son pequeñas y medianas, el 90% no llega a los 10 años de seguir realizando sus actividades y lo más triste es que el 15,2% estas empresas mueren en el primer año debido a que los representantes cometen errores muy comunes como: Ausencia de control, falta de planificación estratégica, mala administración, incompetencia personal, falta de adquisición de conocimiento del personal conllevando así la dificultad para atender las

expectativas del cliente, ocasionado así problemas para vender, para producir y operar productos de buena calidad (Bussines y Consulting, 2016).

De la misma forma las micro y pequeñas empresas representan el 95% de la economía en el Perú, generando el empleo en casi la mitad de la población sin embargo su desaparición está ocasionando dificultades económicas y sociales. En su Investigación Alva llego a los siguientes resultados del porque fracasan las Mypes en el Perú: Por falta de publicidad ya que el 57,6% demostró que no hicieron servicio de publicidad pues no creen ser necesario realizar gastos en publicidad, no cuentan con plan de negocios estratégico que le ayude a mantenerse en el mercado y no utilizan herramientas necesarias para una buena gestión ya que desconocen el tema debido al bajo nivel educativo que realizaron la mayoría de los representantes de estas microempresas, en el área de servicios muchos no conocen la importancia que tiene la buena Atención al cliente para que eta regrese (Alva, 2017).

En el distrito de casma donde se realizó el trabajo de investigación existen micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro pollerías que sufren de gestión de calidad en atención al cliente porque el producto o servicio que brindan no satisfacen las necesidades de los clientes, los empleados no tienen buen trato con los clientes, los representantes de las micro y pequeñas empresas no hacen uso de las herramientas modernas administrativas, empleados desmotivados para realizar un servicio de calidad, desconocen el termino de gestión de calidad, dificultad para tomar decisiones estratégicas por falta de experiencia y desconocimiento de la Atención al cliente.

Por lo anterior expresado se planteó la siguiente pregunta de Investigación.

¿La mejora de Atención al Cliente como factor relevante permite una gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro pollerías, del distrito de casma, año 2019?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general, Determinar si la mejora de Atención al Cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, año 2019 y para alcanzar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos, identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, describir las principales características de las micro y pequeñas empresas, establecer las principales características de Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, elaborar la propuesta de mejora de Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

La presente investigación se justificó porque ayudo a los representantes de las Mypes, a través de los resultados obtenidos pudieron mejorar sus conocimientos sobre lo importante que es implementar una buena gestión de calidad y atención al cliente dentro de sus negocios, como estos contribuyen en sus negocios con la finalidad de mejorar sus servicios y poder obtener mayores ganancias, así mismo mantenerse en el mercado con mucha potencialidad.

Además se justificó porque nos ayudó a nosotros como futuros administradores conocer mejor el mundo empresarial, cuáles son las causas de las que ocasionan que una empresa quiebre para así tener una visión más clara y determinante a la hora de ejecutar nuestras labores, poder implementar una buena gestión de calidad en beneficio de nuestras empresas, así mismo buscar brindar

una buena atención al cliente para tener clientes potenciales y satisfechos que nos ayude obtener mejores ganancias y mantenernos en el mercado.

Así mismo se justificó porque el presente trabajo de investigación va a servir como modelo o base de próximos estudios similares que se realizaran en otros sectores o servicios del distrito de casma, y de otros lugares de la región y del país.

La metodología que se utilizó en el proyecto de investigación fue no experimental, transversal y descriptivo de propuesta. Fue no experimental porque no se alteró la variable atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma, 2019, solo se determinó la problemática de acuerdo a lo que muestra la realidad del entorno sin sufrir alteraciones. Además, fue transversal porque se desarrolló en un espacio determinado, teniendo así un inicio y un fin. Descriptivo porque se describió las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas. De propuesta porque se elaboró una propuesta de mejora para poder solucionar los problemas identificados en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.

La muestra que se identificó fue de 13 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma, 2019. La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario con 23 preguntas, estructurado en tres partes: La primera dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas, la segunda parte referente a las micro y pequeñas empresas y la tercera parte a la Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad.

Llegando a obtener los resultados: El 69,23% de los representantes tienen de 18 a 30 años de edad, tienen de 0 a 3 años desempeñándose en el cargo, el 61,54% si conocen el termino de gestión de calidad y la atención al cliente, el 100% de los representantes afirmaron que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa. Finalmente, las siguientes conclusiones: La investigación concluye que la mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, vienen desempeñándose en el cargo de o a 3 años, si conocen el termino de gestión de calidad, pero no conocen las técnicas modernas de la gestión de calidad, también afirman que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos de la empresa.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### Antecedentes Internacionales

**López (2018)** en su trabajo de investigación *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. 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 planteo 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 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. Obteniendo los siguientes resultados: La presentación de resultados de Clientes: 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 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero, 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 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido, el 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos, el 39% de los clientes está de acuerdo que el comportamiento del personal del restaurante le inspira confianza, el 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada, el 79% de los clientes se encuentran no encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del restaurante, el 39% de los clientes no están de acuerdo que el restaurante cumple con sus expectativas. Conclusiones: Se puede concluir que el cliente se encuentra satisfecho con los elementos tangibles como son: instalaciones, comida, máquinas y equipos del restaurante, en este elemento los clientes no se encuentran satisfechos como luce el personal de servicio, con el elemento de confiabilidad los clientes se encuentran satisfechos porque el personal si muestra o brinda confianza. Los clientes del restaurante Rachy's se encuentran insatisfechos con el elemento de respuesta inmediata porque no se está brindando un servicio rápido y oportuno. En los elementos de garantías los clientes no se encuentran satisfechos porque el personal del restaurante no brinda la información

solicitada. Con los elementos de empatía se pudo evidenciar insatisfacción de parte de los clientes, no se está brindando una atención personalizada y el personal no anticipa las necesidades individuales y deseos de los clientes. Y el último elemento que se analizó es el de la satisfacción, se pudo evidenciar que los clientes no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la satisfacción del servicio brindado en el restaurante RACHY'S y que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en recomendar el restaurante a otras personas.

**Escandón (2017)** en su trabajo de investigación *Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo general: Proponer un plan de acción estratégico enfocado a la optimización del perfil y la demanda de los servicios en el bar restaurante Macho Sports. Y planteo los objetivos específicos: Elaborar un marco conceptual donde se presente información referente a la calidad de servicios y demanda turística, determinar mediante un diagnóstico las estrategias para lograr la afluencia turística en el restaurante, establecer una propuesta para la mejora de los servicios del bar-restaurant con enfoque a la optimización del perfil teniendo como metodología mixta con enfoque cuantitativo y cualitativo y la muestra es una pequeña parte de una población determinada, obteniendo los siguientes resultados: La presentación de resultados de Clientes: El 77% de personas acuden de manera esporádica, el 36% prefiere la ambientación del lugar, el 36% y 32% califican el servicio del establecimiento como indiferente y malo, el 78% sostuvo que el servicio es malo por parte de los empleados, el 50% afirmaron que los empleados no tenían conocimientos para responder todas las dudas, el 53% afirma que espero mucho tiempo su producto, el 63% afirmaron que no

atendieron rápidamente sus problemas, el 49% se sienten insatisfechos, el 58% afirmó que tal vez visite el establecimiento y el 57% tal vez recomiende el negocio a un amigo, llegando a las siguientes Conclusiones: Los resultados en la calidad de los servicios revelan que en la empresa los empleados ofrecen los servicios, pero no de manera correcta, no prestan atención a las necesidades del cliente y que no brindan una atención personalizada siendo varios de los encuestados clientes frecuentes, la gran mayoría indicó que no reciben un trato amable y algunos respondieron que a veces. Se puede decir que este resultado no cumpliría los parámetros de satisfacción al cliente. Los resultados en la calidad de los servicios revelan que en la empresa los empleados ofrecen los servicios, pero no de manera correcta, no prestan atención a las necesidades del cliente. La innovación del servicio no es lo mismo que una remodelación de infraestructura; entonces si hablamos de cambios se debe investigar de qué manera se puede mejorar nuestros servicios en beneficio del cliente. Es demasiado el tiempo que esperan para ser atendidos provocando malestar y pérdida de tiempo a los clientes, además que los ambientes en donde esperan no tiene la capacidad adecuada.

**Arias, Coreas y Sánchez. (2016)** en su proyecto de investigación *Auditoria de calidad del servicio al cliente en cadena de restaurantes de comida rápida en el área metropolitana de san salvador” caso ilustrativo.* Tuvo como objetivo general: Identificar los elementos mercadológicos que ayuden a realizar una auditoría de calidad de servicio al cliente que permita diseñar estrategias que se puedan implementar en una cadena de restaurantes en el área metropolitana de San Salvador con el fin de mejorar la calidad del servicio al cliente brindado. Planteo los siguientes objetivos específicos:

Conocer el público meta, al cual se realizará la auditoria de calidad del servicio al cliente por medio de una segmentación de clientes y personal involucrado en brindar el servicio de los restaurantes en el área metropolitana de San Salvador. Determinar los objetos, sujetos y procesos que requieren ser auditados por medio del análisis de los elementos que componen el proceso del servicio brindado. Determinar el ciclo o ciclos del servicio por medio de una figura circular, que permita observar todo el conjunto de momentos críticos y no críticos de verdad que se asocian con el servicio al cliente brindado, establecer y analizar los estándares de calidad con las que cuenta las cadenas de restaurantes, por medio de las normas técnicas que se utilizan como parámetros de evaluación, interpretar índices de satisfacción en clientes internos y externos, del servicio que se brinda, por medio de herramientas de medición y control de la auditoria de calidad del servicio al cliente, sugerir a las cadenas de restaurantes por medio de los resultados de la auditoria de calidad de servicio al cliente, los elementos, procesos y estrategias a través de un plan de fidelización, garantizando captar nuevos clientes y mantener los actuales para mantener el liderazgo en el mercado salvadoreño tiene como metodología el método científico debido a que es un método inductivo va de lo particular a lo general, partiendo de las observaciones exactas de fenómenos particulares, y llegado a conclusiones empíricas sacadas de la experiencia del estudio; el método inductivo establece como son los fenómenos, causa y los efectos reales de la investigación a realizar, obteniendo los siguientes resultados: Resultados de las Encuestas dirigida a clientes: El 54% pertenecen al género masculino, El 43% pertenece a un rango entre 26 a 35 años, el 52% de las personas encuestadas realizaron su visita con niños, el 50% califico el

sabor y la temperatura de la comida como bueno, el 43% calificó la rapidez y eficiencia del servicio brindado por el personal de los restaurantes de comida rápida como bueno, el 44% calificó muy buenas las condiciones higiénicas de los restaurantes y área de baño, el 50% contestó que la iluminación de los restaurantes de comida rápida es muy buena, el 52% de los encuestados califican la decoración de los restaurantes de comida rápida muy buena, el 37% indicó que la amplitud y seguridad en el área de parqueo de los restaurantes de comida rápida es bueno, el 96% recibió su orden de la forma como lo solicitó, el 96% de las personas indican que la apariencia de la comida era apetecible en los restaurantes de comida rápida, el 71% revela que su orden fue tomada rápidamente, el 88% de los encuestados declararon haber distinguido una actitud amigable del personal de comida rápida que tomaba su orden, el 55% durante la atención recibió una propuesta conveniente del menú o le mencionaron alguna promoción del día, el 88% de las personas indican haber percibido la atención y postura correcta del mesero o cajero de los restaurantes de comida rápida que le brindó el servicio al cliente, el 95% respondió que lo buscado del menú se encontraba disponible en el restaurante de comida rápida visitado, el 85% de las personas encuestadas opinó que la música y televisores estaban con señal y sonido indicados, el 65% de las personas consideran que la amplitud de los restaurantes de comida rápida es la correcta, el 99% percibió al personal de los restaurantes de comida rápida, identificados con sus respectivos gafetes y uniformes en óptimas condiciones, limpios y con excelente presentación personal, el 74% de las personas consideran que la vigilancia de los restaurantes de comida rápida es la adecuada, el 65% de las personas consideran que los precios que ofrecen los

restaurantes de comida rápida son los adecuados, el 70% probablemente recomendaría el restaurante de comida rápida que visito, el 58% dijo que probablemente volvería a visitarlo. Encuesta dirigida a colaboradores y representantes: el 66% de empleados calificaron las instalaciones donde trabajan como muy bueno, el 80% de los empleados evaluó las condiciones de higiene y limpieza de los restaurantes de comida rápida donde trabajan como muy buenas, el 77% de los empleados encuestados calificó la iluminación de los restaurantes de comida rápida donde trabajan como muy buena, el 71% de los empleados encuestados perciben el clima artificial de los restaurantes de comida rápida en los cuales trabajan como muy buenas, el 100% de los empleados encuestados tienen conocimiento de la misión, visión y valores del restaurante, el 100% de los empleados encuestados saben sobre normas y estándares de calidad que se aplican, el 98% manifestó tener conocimiento sobre el comité de seguridad ocupacional y prevención de desastres, el 57% de los empleados encuestados califican como muy seguro las funciones y puesto de trabajo, el 100% de los empleados cuentan con acceso a la información oportuna para brindar un servicio de calidad al cliente, e el 97% considera que en su trabajo le proporcionan los recursos e insumos necesarios con los cuales podrá brindar un servicio de calidad al cliente, 43% de empleados encuestados estiman que la relación que los colaboradores tienen con sus jefes inmediatos es muy buena, el 97% del total de empleados desempeñan las actividades laborales en equipo, el 98 revelaron les es posible realizar sugerencias que favorecen para brindar un servicio de calidad, el 74% indicaron sentirse satisfechos con el salario que reciben, el 62% manifestaron recibir incentivos motivacionales suficientes para desempeñar su trabajo

eficientemente, 21% reciben incentivos motivacionales como uniforme con el cuál laboran, el 100% cuentan con oportunidades de superación personal, el 100% reciben la retroalimentación indicada para brindar un servicio de calidad al cliente, el 98% afirman que se efectúan acciones de control interno que determinan la satisfacción del cliente, 51 indicaron agradecer, pedir disculpas, solucionar el problema y escuchar sin interrumpir llegando a las siguientes Conclusiones: La mayoría de clientes, así como empleados califican las instalaciones de los restaurantes de comida rápida en condiciones idóneas, con dimensiones, merchandising e iluminación, clima artificial apropiado de acuerdo al tipo de servicio que se ofrece, solo muy pocos opinaron que el área lúdico recreativo para los niños no es lo suficientemente amplio en algunos restaurantes. Los empleados de los restaurantes de comida rápida son capacitados constantemente sobre la importancia que tiene el cliente y sobre qué medidas deben poner en práctica ante objeciones presentadas por el cliente; la mayoría de los empleados declaran desempeñar sus funciones laborales en equipo y tener una buena relación de respeto y confianzas con sus jefes inmediatos y compañeros de trabajo; un porcentaje menor indicó no recibir los suficientes incentivos motivacionales y reflejaron insatisfacción con el salario que reciben por sus labores.

### **Antecedentes Nacionales**

**Villacorta (2018)** en su trabajo de 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*. Teniendo 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, así mismo planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante, urbanización los Jardines, Trujillo 2018. La investigación de diseño es no experimental, transversal y descriptivo. La población de muestra fue 11 Restaurantes de la urbanización los Jardines y para la recolección de datos Se empleó la técnica de la encuesta con un cuestionario estructurado de 23 preguntas lo cual fue utilizado como instrumento. Obteniendo los siguientes resultados: Referente a las características de los Representantes: El 55% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 64% son de género masculino, el 55% encuestados tienen grado de instrucción superior universitario, el 82% encuestadas son dueños, el 45% tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo. Referentes a las características de las Mypes: El 55% tienen permanencia en el mercado más de 7 años, el 91% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 82% trabajan con personas no familiares y el 100% de las Mypes se crearon para generar ganancias. Referente a las Características de la gestión de calidad y atención al cliente: El 45% tienen cierto conocimiento del termino gestión de calidad, el 100% si conocen la atención al cliente, el 82% manifiestan que las dificultades de los trabajadores no se adaptan a los cambios, el 82% miden el rendimiento del personal a través de la observación,

El 100% manifiestan que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, El 100% manifiestan que la gestión de calidad si permite que la empresa alcance los objetivos y metas de la empresa, el 64% si conocen el termino atención al cliente, El 100% si aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente, el 92% manifiestan que si es fundamental la atención al cliente que regrese, El 64% utilizan la comunicación como herramienta para brindar un buen servicio, El 55% manifiestan que el principal factor que utilizan en la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de los productos, el 82% manifiestan que brindan una buena atención al cliente, el 73% manifiestan que la mala atención se da por una mala organización de los trabajadores y el 36% dicen que los clientes están satisfechos y han incrementado sus ventas. Llegando a las siguientes conclusiones: Los empresarios si conocen gestión de calidad y atención cliente. La mayoría tienen 31 a 50 años de edad, son de género masculino, tienen grado de instrucción superior, son dueños y tienen más de 7 años en el cargo. La mayoría (55%) de las Mypes permanecen más de 7 años en el mercado. La mayoría (91%) tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría (82%) son personas no familiares. La totalidad (100%) de las Mypes son creadas para generar dinero. La mayoría simple (45%) conocen el termino gestión de calidad a la misma vez el (45%) tienen cierto conocimiento de gestión de calidad. La totalidad (100%) conoce lo que es atención al cliente. La mayoría (82%) tienen dificultades de los trabajadores que no se adaptan a los cambios. La mayoría (82%) miden el rendimiento a través de la observación. La totalidad (100%) contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad. La totalidad (100%) de la gestión de calidad si ayuda alcanzar los

objetivos y metas de la empresa. La mayoría (64%) conocen atención al cliente. La totalidad (100%) aplica la gestión de calidad en la atención al cliente. La mayoría (92%) fundamental la atención al cliente para que regrese. La mayoría (64%) utiliza la comunicación. La mayoría (55%) tiene rapidez en la entrega del producto. El (82%) brinda una buena atención al cliente. La mayoría (63%) una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores. La mayoría (36%) de los clientes están satisfechos igual manera que la mayoría simple (36%) incremento en sus ventas.

**Albido (2018)** en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la avenida Sánchez Carrión distrito del porvenir, 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 sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018, así mismo planteo los objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018 y elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora de las micro y pequeñas empresas sector servicio –rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir,

2018. Para la elaboración de la investigación trabajo de investigación se utilizó el diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. Con una población muestral de 12 pollerías en la Avenida Sánchez Carrión en el Distrito de El Porvenir. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario el cual consta de 23 preguntas obteniendo los siguientes resultados: Referente a las características de los Representantes: El 66.67% de los representantes tienen entre 31 - 50 años de edad, el 91.67% son de género masculino, el 75 % tienen grado de educación superior no universitario, el 91.67 % desempeñan el cargo como dueños y el 58.33 % desempeñan en el cargo entre 4 a 6 años. Respecto a las características de las Mypes e: El 58.33 % de pollerías encuestadas tienen un tiempo de permanencia en el rubro 4 a 6 años, El 75% cuentan con 6 a 10 trabajadores, el 58.33 % trabajan con familiares, el 83.33 % señalaron que su objetivo de creación fue para generar ganancias. Respecto a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: El 58.33 % tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad, el 58.33 % utiliza Atención al cliente como técnica moderna de la gestión de calidad, el 41.67 % señalaron que la principal dificultad que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad es que no se adaptan al cambio, el 75% de los representantes utiliza la observación como técnica para medir el rendimiento del personal que conoce, el 58.33 % considera que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 50 % No considera que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, el 75 % Conoce el término de atención al cliente, el 75 % aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 91.67 % Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese

al establecimiento, el 66.67% utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 75 % considera que la atención personalizada es el principal factor de calidad de servicio que se brinda, el 75 % considera que es la atención al cliente que brinda a los clientes es Buena, el 75 % consideran que si dan una buena atención, 41.67 % considera que el resultado logrado brindando una buena atención es la fidelización del cliente llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes tienen edad promedio entre los 31 - 50 años de edad, del mismo modo en su totalidad son de género masculino, cuentan con grado de instrucción nivel superior no universitario. Casi todos desempeñan el cargo de dueños, y más de la mitad llevan en el cargo entre los 4 a 6 años. Aún sigue siendo un factor determinante la edad en los representantes, muchos jóvenes no logran consolidarse para emprender, los motivos serían experiencia y falta de recursos. Y esto se ve reflejado en la investigación realizada. Se recomienda a los jóvenes y mujeres capacitarse y realizar alguna formación académica, motivarlos a emprender; también a los representantes, tener una visión empresarial que le permita consolidarse y posicionarse durante más tiempo en el mercado. La mayoría las Mypes llevan entre los 4 a 6 años de tiempo de permanencia en el rubro de pollerías, más de mitad cuentan con 10 trabajadores máximo, dicha personas en su mayoría son familiares y tienen como objetivo de generar ganancia. Se recomienda que los representantes puedan tener conocimiento y capacitaciones para direccionar un negocio adecuadamente, y lograr posicionarse en el mercado durante más tiempo. Contar con más personal si es necesario, y tener colaboradores adecuados para el puesto. La mayoría de los representantes tienen cierto conocimiento de gestión de calidad, más de la

mitad utiliza la técnica moderna de atención al cliente, las dificultades que impiden la implementación de gestión de calidad es que no se adaptan al cambio, la mayoría utiliza la observación para medir el rendimiento del personal. Pero más de la mitad considera que la gestión de calidad No contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, ni tampoco alcanzar los objetivos y metas trazadas. La 61 mayoría conoce el termino atención al cliente, casi en su totalidad considera que el cliente es fundamental para que regresen al establecimiento, así mismo utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente. La mayoría considera que el factor más importante para la buena atención es comunicación. Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y finalmente han logrado una fidelización del cliente. El común de estas Mypes es que están limitados solo a su experiencia empírica obtenidos durante el tiempo que vienen realizando su actividad. La capacitación, la publicidad, solo lo ven como un gasto. La falta de visión empresarial y una adecuada formación terminan por fracasar en el rubro manteniéndose poco tiempo en el mercado. Se recomienda, implementar un sistema de gestión adecuado, mejorar la atención brindada, y crear valor agregado al servicio y producto que permitan satisfacer al cliente y diferenciarse de la competencia, es decir fidelizar a los clientes.

**Pérez (2016)** en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en el servicio al cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de villa rica, Oxapampa, Pasco*, 2016. Tuvo como objetivo general Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016, así mismo los objetivos

específicos: Determinar las principales características de los propietarios, representantes legales o agentes administrativos de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en el Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías, del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. La investigación se desarrolló utilizando un diseño de investigación No experimental, transversal y descriptiva; recurriendo a información recogida de los propietarios, representantes legales y agentes administrativos de las Mypes, a través de un cuestionario estructurado con 23 preguntas cerradas aplicando la técnica de la encuesta a una población muestral de 10 Micro y pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco obteniendo los siguientes resultados: Respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 60% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, el 50% son de ambos géneros, el 60% tienen grado de instrucción superior no universitario, el 40% de los representantes tienen entre 1 a 5 años que ocupan el cargo y el 60% desempeñan el cargo de propietarios de la empresa. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas: el 70.0 % de las Mypes tienen entre 4 años a 5 años de permanencia en el mercado, El 70.0 % cuentan desde 1 a 3 trabajadores, e el 80.0 % cuentan con personas que laboran de forma eventual, el 50.0 % cuentan con personal colaborador tanto familiar como colaboradores externos, el 90.0 % están constituidas por ser empresas y organizaciones en crecimiento. Respecto a las características de la

Gestión de calidad en atención al cliente: el 80.0 % tiene conocimiento con el termino Gestión de Calidad, el 90.0 % consideran que la Gestión de Calidad genera una mejora continua en la empresa, el 80.0 % se basan en todos los procesos que realizan para tener una buena gestión de calidad en el servicio al cliente, el 50.0 % afirman que sus actividades realizadas son planificadas, el 70.0 % de la población encuestada si aplica la gestión de calidad en el servicio al cliente, el 90.0 % de la población afirma brindar capacitaciones a sus colaboradores, el 50.0 % de las Mypes encuestadas motivan a sus colaboradores a través de las constantes capacitaciones, el 100.0 % de los encuestados consideran que si existe un buen clima organizacional dentro de su empresa, el 60.0 % de las Mypes encuestadas manifiestan que lo más importante dentro de su empresa para brindar una buena calidad en el servicio al cliente es el producto fina, el 50.0 % de las Mypes encuestadas consideran que el buen trato, la calidad de la materia prima, el 50.0 % de la población encuestada manifiesta que si cuentan con un plan estratégico para mejorar la gestión de calidad, el 30.0 % de los encuestados indican que se debe ampliar la variedad de productos para mejorar el nivel de calidad de servicio al cliente, el 40.0 % de las mypes encuestadas manifiestan que mediante la promoción del producto contribuyen con la economía del distrito, así mismo el 40.0 % indican que la promoción del producto, la generación de empleo y mediante la compra y venta contribuyen con la economía llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de las personas encuestadas son propietarios de estas empresas, la mayoría de ellos son personas jóvenes ya que sus edades fluctúan entre 18 a 30 años de edad, la mitad de los encuestados son de género masculino, la otra de género femenino y la mayoría de estas cuentan con un

grado de instrucción de nivel No Universitario. Se concluye que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica tienen entre 4 a 5 años de permanencia en el mercado, es decir estas empresas han posicionado la calidad de sus productos, teniendo como efecto la fidelización de clientes, por lo tanto, van forjando empresas con alta calidad de atención al cliente y esto se ve reflejado en las ventas e ingresos económicos. La mayoría de estas Mypes cuentan con 1 a 3 colaboradores que generalmente son eventuales, esto hace referencia que estas empresas brindan trabajo a personas ya sea familiares y terceros, haciendo que su empresa se encuentre en la clasificación de empresa en crecimiento. Se concluye que la gran mayoría de los representantes, propietarios y agentes administrativos de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento acerca del término Gestión de Calidad, de igual manera la gran mayoría de los encuestados consideran que una buena gestión de calidad genera una mejora continua en la empresa. Así mismo indican que desarrollan sus actividades de manera planificada aplicando la gestión de calidad en atención al cliente. La gran mayoría de las mypes encuestadas indican que realizan capacitaciones e incentivan a sus colaboradores con capacitaciones y con un trato y ambiente familiar existiendo un buen clima organizacional. A pesar de todo lo expuesto se concluye que parte de la población investigada no cuenta con planes estratégicos y con herramientas de motivación.

### **Antecedentes Locales**

**Bueno (2016)** en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo

General Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características del gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados. Respecto a las características de los representantes el 62,5% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 50,0% son de género femenino, el 50,0% tiene grado de instrucción secundaria, el 75,0% de los representantes son los dueños y el 50 % tienen el cargo de 4 a 6 años. Respecto a las características de las Mypes El 62.5% tienen en el rubro entre 4 a 6 años, el 62.5% cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores, el 87,5 % tienen a personas no familiares trabajando, el 62.5% tienen como objetivo de generar ganancias. Respecto a la gestión de calidad en atención al cliente: El 62.5% no conoce el termino de gestión de calidad, el 62.5% utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión, el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que no se

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

personal a través de la observación, así mismo consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el termino atención al cliente, a veces aplican gestión de calidad en el servicio, consideran que a veces la atención es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, aseguran que el factor más importante para la buena atención es la atención personalizada, la mayoría considera que se está dando una mala atención al cliente por falta de personal y finalmente una minoría han logrado fidelizar a los clientes.

**Yzaguirre (2018)** en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018, Para poder conseguir el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Para realizar el trabajo de investigación se utilizó el diseño No Experimental – transversal – descriptivo y se realizó con una población de 12 Micro y pequeñas empresas a quienes se

les aplico un cuestionario de 23 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: Referente a las características generales de los representantes legales de las Micro y Pequeñas empresas El 75% tienen de 31 a 50 años, el 75% son de género masculino, el 58.33% tienen un grado de instrucción superior universitario, el 66.67% son dueños de los negocios y El 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo. Referente a las características de las Micro y Pequeñas empresas: El 50% de las micro y pequeñas empresas tiene de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 100% laboran con personas no familiares y el 75% tienen como objetivo de creación generar rentabilidad. Referente a las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas: El 58.33% de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad, el 58.33% de las micro y pequeñas empresas aplican como técnica de gestión de calidad la atención al cliente, el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como dificultad el desconocimiento del puesto, el 50% de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento de su personal con la observación, el 75% de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, el 66.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si les ayuda a alcanzar sus objetivos y metas, el 91.67% de las micro y pequeñas empresas indican que si conocen el término atención al cliente, el 91.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que si aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan, el 91.67% de las micro y pequeñas empresas indica que la atención al cliente si es fundamental para sus negocios, el 83.33% de las micro y pequeñas empresas aplican una buena atención al

cliente, el 41.67% de las micro y pequeñas empresas consideran que dan una mala atención por una mala organización de sus trabajadores, el 58.33% de las micro y pequeñas empresas considera como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, el 91.67% de las micro y pequeñas empresas considera que la empresa es eficiente cuando se atiende los reclamos, el 83.33% de las micro y pequeñas empresas afirman que la atención al cliente les permite el posicionamiento del mercado- Llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen entre 31 a 50 años, están siendo dirigidas por el género masculino, asimismo la mayoría son profesionales universitarios, dueños de sus propios negocios y tienen entre 4 a 6 años de experiencia, La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, cuentan con 4 a 6 años de permanencia en el rubro, a la vez la mayoría absoluta de las Mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores, su objetivo de creación es generar ingresos y la totalidad de las Mypes trabajan con personas no familiares en sus negocios y La mayoría conoce el termino gestión de calidad, aplican como técnicas modernas de gestión la atención al cliente, tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, manifiestan que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados, consideran como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, así mismo la mayoría absoluta considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el

rendimiento de sus negocios, conocen el termino atención al cliente, aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan, la atención al clientes es fundamental, aplican una buena atención al cliente así como la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos, afirman que la atención al cliente permite el posicionamiento del mercado y por último la mayoría relativa considera que dan una mala atención debido a una mala organización de sus trabajadores.

**Siesquen (2017)** en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017*. Tuvo como objetivo general Determinar las principales características de la Gestión calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017. Planteo los objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017. Determinar las principales características de la Gestión calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017. Para la elaboración de la investigación trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo, la población estuvo conformada por 14 micro y pequeñas empresas, la técnica

que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 19 preguntas obteniendo los siguientes resultados. Referente a los representantes de las Mypes: El 64.29% de los representantes tienen una edad promedio de 31 a 50 años, el 85.71% de los representantes son de género masculino, el 71.43% de los representantes tiene grado de instrucción superior no universitaria, el 71.43% de los representantes manifiestan que son los dueños del negocio, el 78.57% de los representantes manifiestan que vienen desempeñándose en el cargo por un tiempo promedio de 4 a 6 años. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: El 98.86% de las micro y pequeñas empresas llevan en el rubro entre de 4 a 6 años, el 85.71% cuentan con 1 a 5 trabajadores, El 64.29% tienen laborando a personal no familiares, el 100.00% tiene como objetivo generar ganancias. Referente a la gestión de calidad en la atención al cliente de las Mypes: El 71.43% tiene poco conocimiento del termino gestión de calidad, el 71.43% no utilizan ninguna técnica moderna de gestión, el 71.43% de los representantes manifiestan que su personal tiene poca iniciativa para la implementación de gestión de calidad, el 57.14% aplican la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal, el 71.43% de los representantes manifiesta que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 71.43% de los representantes manifiestan que el producto que entrega contribuye más a la satisfacción de las necesidades de sus clientes, el 100.00% si brinda un buen servicio al cliente, el 100.00% de su personal está totalmente calificado para las tareas que tiene que realizar con respecto a la atención al cliente, el 42.86% utilizan la comunicación como herramienta para un buen servicio al cliente, el 57.14%

manifiestan que han logrado el incremento en sus ventas. Llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes, tienen una edad promedio de 31 a 50 años, son de sexo masculino, tiene un grado de instrucción superior no universitaria, del mismo modo son los dueños del negocio, y vienen desempeñando en el cargo un promedio de 4 a 6 años. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo promedio de permanencia en el rubro de 6 a 10 años, cuenta con 1 a 5 trabajadores, tienen trabajadores que no son sus familiares, y la totalidad de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias. La mayoría de las micro y pequeñas empresas, tienen poco conocimiento con respecto al término gestión de calidad, por eso no aplica ninguna técnica moderna en su empresa, la mayoría de su personal tiene poca iniciativa para la implementación de la gestión de calidad, emplean técnicas como la observación y la evaluación para medir el rendimiento de su personal, y la gestión de calidad no contribuye al rendimiento de la empresa. Por otro lado, aseguran que el producto que entrega contribuye más a la satisfacción de necesidades de los clientes, consideran que brindan un buen servicio, del mismo modo el personal está totalmente calificado para brindar una buena atención al cliente, emplean herramientas como la comunicación y el respeto para brindar un buen servicio al cliente, y la mayoría ha logrado incrementar sus ventas a través de un buen servicio al cliente.

## **2.2. Bases Teóricas de la Investigación**

### **MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MYPE).**

La Micro y pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica que ha sido constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier tipo de organización

deseada y tiene por objetivo desarrollar varias actividades como la de producir distintos productos o servicios, comercializar los bienes o prestar distintos servicios, la de extracción y transformación de una materia prima.

Según la Ley N° 28015 de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa define a la Micro y Pequeña Empresa como:

Unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, producción, comercialización de bienes o prestamos de servicios. (pg. 1)

Las Mypes son entidades económicas creadas por personas jurídica o naturales bajo cualquier organización deseada que, operando de manera estratégica e organizada, va a combinar la tecnología con los recursos para la elaboración de sus productos o servicios que pondrá en el mercado con la finalidad de generar ganancias, así mismo va a comercializar los bienes o prestar distintos servicios, va a extraer y transformar una materia prima.

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

Según (La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT], s.f.) nos dice que las Mypes tienen las siguientes características:

- **Micro Empresa:** Debe alcanzar los 150 (UIT) anuales
- **Pequeña Empresa:** Deben alcanzar los 1700 (UIT) anualmente.
- **Mediana Empresa:** Deben alcanzar más de los 1700 (UIT) y con el tope máximo de 2300 (UIT) anualmente.

Las organizaciones tienen que ubicarse en estos rangos de ventas anuales para poder diferenciarse de las otras en cuanto al tamaño de sus empresas, con respecto al número de trabajadores no existe límites de trabajadores porque la Ley N° 30056 eliminó el número máximo de trabajadores para calificar como una Mype.

### **Importancia de las Micro y pequeña Empresas:**

Las micro y pequeñas empresas son de suma importancia en la economía y la sociedad de un país pues ayudan a generar miles de puestos de trabajos y aportan al crecimiento económico de un país. Tal como lo menciona Sánchez (2016) “Las micro y pequeñas empresas en Perú son componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las MYPES brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI)” (p. 2).

Es indudable la importancia que tienen las micro y pequeñas empresas dentro de la economía del Perú, pues abarca una gran parte en las aportaciones para que el crecimiento económico sea sostenible, así mismo ayuda a reducir la pobreza con la generación de empleos.

### **Beneficios de la formalización de las Mypes.**

Para un micro empresario formalizar su Mypes es muy importante porque le traerá beneficios.

Ser formal al micro y pequeño empresario le proporciona varias ventajas pues tendrá claramente conceptualizado y bien definidos los derechos de propiedad sobre su negocio, manufactura, taller, parcela, productos, equipos y otros y los va a utilizar como medio de garantías ante un apalancamiento para ser financiado lo cual le permitirá ampliarse y acceder a nuevos mercados para un mayor desarrollo como empresario, además proceder por lo formal existiría la posibilidad de tener nuevos

contactos y la probabilidad es que llegaría a contar con un gran establecimiento para usarlo como medio para ampliar las ventas obteniendo un gran margen de utilidades. (Calua, 2015, párraf.14).

Al Formalizar su micro y pequeña empresa el empresario se estaría abriendo campo donde se le brindará muchas ventajas, ya que al formalizar su Mype tendrá conocimiento del valor y sus derechos en lo que consta de su establecimiento, productos y servicios que esta ofrece para así poder financiado por cualquier entidad financiera, la cual le permitirá desarrollarse como empresario y ser más competitivo en el mercado y sus productos y servicios serán altamente reconocidos.

## **GESTION DE CALIDAD**

### **Gestión.**

Una gestión es el conjunto de normas y estrategias que son tomadas por un grupo para sacar adelante una organización y poder cumplir con sus metas u objetivos deseados.

El fin principal de la gestión es poder aumentar la productividad y eficacia a largo plazo dentro de una organización. Por lo tanto, una buena gestión va ayudar que se obtengan buenos resultados en cualquier área, ya sean administrativos o económicos.

### **La Gestión y la Administración.**

Existe una clara diferencia entre la administración y la gestión, porque la gestión busca el manejo de fondos y una perspectiva económica en un determinado plazo de tiempo, busca la resolución de un problema a través de decisiones y políticas específicas, mientras que la administración es la aplicación de normas y pautas establecidas para que todo funcione muy bien.

## **Herramientas de la gestión.**

Toda gestión tiene cuatro herramientas básicas que la caracterizan:

**La estructura:** Son las herramientas técnicas y formación de la estructura del grupo, es la que va a posibilitar el correcto funcionamiento de la empresa.

**La estrategia:** Son el conjunto de medidas para poder resolver un determinado problema ya sea inmediato o a futuro.

**Los valores de la empresa:** Son los valores que la organización considera importantes para el buen funcionamiento del entorno interno de la empresa como pueden ser el compañerismo, el trabajo en equipo, la responsabilidad de cumplir las metas y el compromiso con la empresa.

**La ejecución:** Es la toma de decisiones en base a todo lo que ya explicamos (Deborah, 2015).

## **Gestión de Calidad**

Son grupos de actividades dirigidas por el gerente de una organización, enfocadas en establecer un régimen de calidad al realizar sus actividades, teniendo como objetivo una buena administración en todos sus procesos a desarrollar os que la empresa este enfocada, evitando así errores. La Escuela Europea de Excelencia (2018) define a la Gestión de calidad de la siguiente manera:

La gestión de calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo (..) Se quiere identificar los errores cuando ya se han producido, sino que se deben evitar antes de que ocurran (...) La gestión de calidad reúne

un conjunto de acciones y procedimientos que tratan de garantizar la calidad, no de los productos obtenidos en sí sino del proceso por el cual se obtienen estos productos (prr. 3-5).

La Gestión de Calidad busca desarrollar que una organización realice sus actividades de manera estratégica competentes, bajo normas y estándares que exijan la calidad de los procesos con sus acciones o herramienta garantiza evitar las desviaciones del proceso y los errores que se puedan presentar.

### **Sistemas de Gestión de Calidad**

Los sistemas de gestión de calidad proporcionan un modelo de estructura para realizar las actividades de maneras eficiente y adecuada. Desarrolla las estrategias a corto o largo plazo para el logro del buen funcionamiento de la empresa, sin importar el tamaño que esta tenga. INDICE (s.f) menciona los siguientes sistemas de calidad establecidos según el modelo de la norma ISO 9000:

**ISO 9001: 2015:** Especifica los pedidos para los sistemas de gestión de calidad, para así demostrar que las organizaciones están capacitadas en proporcionar productos o servicios que cumplan con los requisitos que sus clientes requieren y los reglamentos exigido.

**ISO 9004: 2009:** Son normas que van dirigidos para mejorar el desempeño de manera eficiente y eficaz. Está diseñada para trabajar conjuntamente con las normas ISO 9001.

**ISO 9000: 20005:** Describe los términos más utilizados de los principios de un sistema de calidad.

**ISO 19011:** Es el encargado de proporcionar una metodología.

### **Implementación de un sistema de Gestión de calidad:**

Un sistema de gestión de calidad está basado en el principio de la mejora continua, que al momento de implementarse de manera efectiva se va a lograr el sustento del valor económico y la calidad de los procesos del producto o servicio que serán ofrecidos al cliente, así mismo se impulsa la organización a través de las distintas prácticas como:

- Reducir el desperdicio que se originan en el proceso del producto o servicio.
- Va a mejorar el control de los procesos.
- Aumenta la cuota del mercado.
- Va a genera costos más bajos.
- Facilita el entrenamiento y la capacitación de los trabajadores.
- Satisface las necesidades de los clientes.
- Eleva la moral y las ganancias de la empresa (Esan, 2018).

### **Diferencia entre control de calidad y gestión de calidad.**

**Control de calidad**, por inspecciones realizados o dichos exámenes se podrán verificar las propiedades de producto o servicio para que así pueda ser satisfactorio para los consumidores.

**Gestión de calidad**, determina las instrucciones a seguir en materia de las normas de calidad de una empresa, con capacidades de planificación y organización, recursos o procesos.

Un sistema de gestión de calidad hace uso de normas y estándares que deben cumplirse. Con estas normas se establecen los procedimientos que se

llevarán a cabo durante el proceso de producción de las organizaciones determinando su estructura organizativa y los recursos que se deben utilizar.

### **Objetivo de un sistema de gestión de calidad:**

**Satisfacción del cliente:** Con la implantación de un sistema de gestión de calidad se busca la finalidad cumplir con las expectativas del cliente.

**Obtención de nuevos clientes:** Cuando se cumplen con las normas de un sistema de gestión de calidad da seguridad de que se obtendrá clientes potenciales.

**Mejora en la organización de los procesos de la empresa:** Los estándares aplicadas en los procesos de producción hacen un proceso más optimizado porque aseguran que están cumpliendo con las normas establecidas.

**Diferenciación de la competencia:** Una empresa que se encuentre certificada va a destacar por encima de su competencia porque va a proyectar una imagen positiva ante los clientes potenciales.

**Reducción de costes sin que afecten a la calidad:** Mora la calidad de un producto o servicio sin verse afectada.

**Cumplimiento de requisitos de la administración pública:** Es posible ingresar a distintos concursos de la administración pública si se tiene una certificación en las normas ISO ya que es un requisito importante para estos concursos (La Escuela Europea de Excelencia).

### **Elementos que conforman el sistema de gestión de calidad.**

**La estructura de institución:** Es la asignación de funciones a los trabajadores o personal conforme a su desempeño o labor y es denominado organigrama.

**La planificación de estrategias:** Conjuntos de acciones que posibilita lograr los objetivos y metas de la organización.

**Los Recursos:** Son todo aquello que necesita la organización para funcionar.

**Los Procedimientos:** Son los métodos de cómo se realizará cada actividad o tarea (Raffino, 2020).

#### **Principios de la gestión de calidad:**

Los principios de la gestión de calidad no pueden ser olvidadas al momento de implementar la norma ISO 9001 en la empresa. Para que pueda ser de gran utilidad dentro de la organización se le debe tomar como una referencia que se debe aplicar. Lo recomendable es que se realice el proceso de mejora continua en la cual la norma ISO 9001 actué como parte del principio dentro de la organización.

Los principios ocho principios de gestión de calidad son los siguientes:

**Enfoque al cliente:** Las empresas depende del cliente por lo que están obligados a conocer y comprender las necesidad actuales y futuras de ellas, satisfacer todos sus requisitos y esforzarse en cumplir las expectativas de los empleados. La organización tiene que tener claro que las necesidades de los clientes no son estáticas, si no dinámicas y van cambiando en el transcurso del tiempo, tienen que entender que los clientes

están más exigentes en cuanto al producto o servicio debido a que están informados. La organización no solo debe conocer las necesidades de sus clientes, si no también deben buscarle una solución en cuanto a sus productos o servicios e intentar superar sus expectativas día a día.

**Liderazgo:** Los líderes de la organización establecen la unidad de propósito y objetivos de la organización, con el deber de crear y mantener un ambiente interno donde los empleados se sientan motivados para alcanzar los objetivos de la organización. El liderazgo es una cadena que afecta a todos los directivos de la empresa que tienen personal a cargo.

**Participación del personal:** El personal es la esencia que tienen las empresas para el logro de sus objetivos, por lo tanto, el compromiso que tienen con la empresa va a facilitar el logro de los objetivos y metas de la empresa. La constante motivación al personal es clave para, así mismo como un plan de incentivos y reconocimientos.

**Enfoque basado en procesos:** El resultado deseado de las empresas se consiguen más eficientes cuando las actividades que se realizaran y los recursos que se usaran se gestionan como un proceso para crear valor en los clientes.

**Enfoque de sistema para la gestión:** Gestionar los procesos como un sistema, va a contribuir a la eficiencia y eficacia de una empresa porque lo que se busca es conseguir los objetivos de la empresa.

**Mejora Continua:** La mejora continua debe ser una meta, lo que demanda un control regular en los rendimientos buscando perfeccionar establemente el conjunto de actividades.

**Toma de Decisiones basada en hechos:** Las decisiones deben tomarse una vez analizadas la información que se recopiló para aumentar periódicamente los procesos.

**Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Se debe tener una buena relación y desarrollar una alianza estratégica con los proveedores de la organización para así conjuntamente aumentar el talento de ambos para ser más competitivos, y mejorar la productividad y rentabilidad (Nuevas Normas ISO 9001: 2015, 2017).

### **Barreras al implantar un sistema gestión de calidad:**

Al momento de implantar un sistema de gestión de calidad nos encontramos con barreras que van a dificultar su eficiencia y efectividad.

- Falta de liderazgo por parte de la dirección.
- Falta de un objetivo claro decidido a implementar un SGC.
- Falta de una cultura de calidad.
- Solo buscar la certificación y no la mejora continua de la empresa.
- Solo centrarse en los documentos y no en los procesos.
- No tener bien establecido un plan de proyecto.
- La falta de integración del sistema de gestión de calidad con el sistema operativo.
- Falta de liderazgo.
- Producción frente a calidad.
- Falta de compromiso e implicación.
- Falta de visión completa en la empresa (FeelQuality, 2015).

### **Finalidad de la Gestión de Calidad**

La Gestión de calidad tiene las siguientes finalidades:

- Definición de todas las labores que realiza la empresa.
- Conseguir la integración y la responsabilidad de todos los que son partes de la empresa, sea cual sea su cargo de operación y actividad.
- Pensar que todo individuo es veedor y consumidor de otros, como etapa que representa el vínculo de la calidad.
- Enfocarse en la organización con la meta de realizar sus actividades satisfactoriamente en el primer intento y en tiempo dispuesto de los clientes.
- Registrar la colaboración y la responsabilidad de todos, que tiene como objetivo alcanzar el entusiasmo de todas las personas de la organización con su obligación (Cortes, 2017).

### **ATENCION AL CLIENTE**

La atención al cliente es la disciplina que usan las empresas o instituciones para poder realizar una conexión directamente con sus clientes, con la visión de mejorar la calidad de sus productos o servicios que brindan, con el cuidado de sus consumidores que son atendidos por un personal capacitado. La finalidad de la atención al cliente es de tratar satisfacer las necesidades de sus clientes externos. Según Da Silva (2018) nos dice que “La atención al cliente se refiere a toda la gestión que realiza una empresa o una organización para cubrir las necesidades de las personas que utilizan o compran sus productos o servicios” (prr. 3).

Es la unión de acciones de calidad que realizan las organizaciones dirigidas al tipo de cliente y del producto o servicio que esta requiera por ello que las

organizaciones que prestan servicios y brindan productos tienen el deber de mirar con los ojos del cliente así mismo conocerlos porque solo así se podrá llegar al tipo de demanda y la calidad que los clientes requieren. Brindar una buena atención al cliente para que el usuario desee regresar

### **Importancia de la Atención al cliente.**

En el mercado competitivo en el cual están las empresas en la actualidad, hace que el producto por sí sola no sea el principal elemento que ofrezca la empresa, es necesario diferenciarse del resto de empresas, ofreciendo un valor agregado, como lo es una sólida atención al cliente.

Los clientes son cada vez más exigentes porque ahora además de buscar un buen precio y calidad, sino también una buena atención, la comodidad del ambiente, el trato personalizado y rapidez en la entrega del producto que se requiere. Es necesario tener clientes contentos con el servicio o la atención para que la empresa sea recomendada con los demás clientes y nuevos consumidores. Por ello es obligatorio tener implantado en la mente de todos los empresarios, que los clientes no tienen que estar malos atendidos y que sus colaboradores estén capacitados para realizar una buena atención al cliente (Atcom, 2018)

### **Tipos de Clientes.**

Las empresas deben conocer con claridad los tipos de clientes que existen y reconocerlos en el momento de realizar la venta. El primer paso de una empresa es establecer claramente una clasificación del cliente.

**Cliente Interno:** Los clientes internos son aquellos que son parte del proceso de nuestro producto o servicio, pueden ser los empleados o proveedores.

**Cliente Externo:** Los clientes externos son aquellos que pagan por obtener los productos o servicios de una organización (foromarketing.com, 2016)

### **Conceptos Más Útiles Relacionados a la Atención al cliente:**

- **Los Problemas:** Son todos aquellos inconvenientes que surgen al presentar un bien o servicio, lejos de que sean los clientes manifiesten su molestia o reclamo.
- **La Satisfacción:** Son aquellas expectativas que requieren cada cliente pues podrían variar de acuerdo a cada cliente, un ejemplo serio que al comprarte un pantalón en una tienda uno se siente satisfecho con su producto mientras que a la amiga le parecía desagradable.
- **La Lealtad:** Se podría medir esta variable en la manera de como los clientes asisten continuamente a la empresa u organización.
- **El Deleite:** Esto ocurre cuando la organización se enfoca en satisfacer las expectativas de los clientes ya sean tanto elevadas o bajas, pero a la misma generarían una pérdida de dinero si no tiene una buena administración (Goodman, 2014).

### **Competencias a desarrollar el Encargado de Atención al Cliente.**

Los encargados de Atención al cliente tendrán las siguientes habilidades para poder desarrollar el proceso de interacción con sus clientes y poder satisfacer las necesidades adecuadamente.

- **Tolerancia:** La habilidad del personal frente a la conducción de la frustración que atreviese el Cliente.
- **Empatía:** Habilidad de ponerse en el lugar del cliente, reconociendo sus necesidades y placeres que esta requiere.

- **Comunicación:** La habilidad en el momento de transmitir la información que se requiere.
- **Capacidad Técnica:** La habilidad de conocer los objetivos y valores empresariales que serán el motivo de crecimiento de la empresa.
- **Resultados:** La capacidad de resolver eficazmente las necesidades de sus consumidores (Dirección General de Empleo [DGE], 2016).

### **Los 13 Principios de Atención al cliente**

Para que una empresa prospere y siempre este activamente en funcionamiento tenemos que tener claro que los clientes son la base primordial para que esto se dé, sin embargo, muchos empresarios no saben qué hacer con los clientes exigentes es por ello que nos muestran 13 principios sobre el Atención al cliente.

- **El cliente es lo más importante:** Como ya hemos mencionado que los clientes son la base de una empresa para que esta prospere, pues tenemos que aprender a darle la importancia que se merece.
- **El cliente siempre tiene la razón:** No siempre el cliente tiene la razón, pero tampoco debemos quitársela o pasarnos horas explicándoles que están en una actitud errónea, si no tenemos que buscar una solución para poder resolver ese conflicto.
- **Todos los clientes son diferentes:** Tenemos que recordar siempre que nuestros clientes son personas y que cada quien tiene su propio estilo de vida diferente al resto, debemos hacer caso a la Frase “Toda Persona es un Mundo”.
- **Para dar un buen Servicio al cliente, hay que conocerlo:** Porque nuestros clientes son muy diferentes en todos los aspectos es que debemos

conocerlos o mejor claridad hacernos amigos de ellos, solo conociéndolos sabremos cual es la necesidad que desea cubrir, su incomodidad con el producto o servicio y poder resolver este problema.

- **Escucha a tus clientes:** No escuchar a tus clientes es un error que muchos hemos cometido a la hora de atenderlos, ya sea cual sea el motivo de este error, siempre debemos escucharlos, esforzarnos por entender que es lo que realmente necesita y así poder resolver el problema.
- **El cliente debe quedar Satisfecho:** Si bien es importante escuchar, conocer al cliente y tener claro que el método que apliques para uno no resolverá el conflicto para el otro. Tenemos que buscar la solución y satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes.
- **Trata a tus clientes como te gustaría ser tratado:** Si somos capaces de ponernos en lugar del otro, tendremos como resultado la prosperación de nuestra empresa ya que la empatía es un valor muy importante y útil cuando se trata de satisfacer una necesidad, pero tenemos que tener claro que ponerte en el lugar del otro no va a representar la inmensidad de formas de pensar y de ideas que el cliente tiene así que debemos ponernos en lugar del otro e imaginar cómo nos gustaría que seamos tratados.
- **Cuida a tus empleados y cuidaras a tus clientes:** La gente que trabaja para ti y el equipo que este a tu mando deben ser fundamentales ya que sin ellas no podrás llegar a ningún lado, debes tratarlos bien y motivarlos. Un empleado motivado y bien tratado cuidara de tus clientes y tomara a tu negocio como suyo, pues no es lo mismo un empleado bien tratado, motivado y bien descansando con otro triste, apático y agotado. Trata bien a tus empleados y ellos se encargarán de tus clientes.

- **En la atención al cliente hay que ser positivo:** La actitud que tu tomes es lo que transmitirás a tus clientes, así que siempre toma una actitud positiva a la hora de resolver un problema para que el cliente se sienta en confianza de que resolverás todas sus expectativas.
- **En la atención al cliente hay que ser diligente:** Si un cliente se contacte con usted es porque habitualmente tiene una necesidad que busca satisfacer y que nuestra primordial función es resolverlo.
- **Se amable con tus clientes:** Este es un principio básico que se debe aplicar en todos los ámbitos de nuestras vidas, pero en la atención al cliente es primordial. No importa la actitud que tome el cliente debemos tratarlos amablemente y con educación.
- **Ser sincero y no prometer lo que no puedes dar:** Así como buscamos satisfacer sus necesidades al máximo, pero si te piden algo que no le puedes llegar debemos ser sinceros y decirle claramente que no lo tienes. Es mejor decirle la verdad a tiempo que mentirle y estar dentro de un lio.
- **Dota tu atención al cliente de herramientas adecuadas para trabajar:** Para realizar una buena atención al cliente debemos utilizar herramientas adecuadas para ellos, como los distintos programas informáticos (Izquierdo, 2017).

## **POLLO A LA BRASA**

Pollo a la brasa es la denominación que se da en el Perú al pollo asado al carbón, a la leña o a gas en un sistema rotatorio. Es considerado un platillo típico de la gastronomía peruana (Peru.travel, 2020).

## **POLLERÍA**

Es un tipo de restaurante en el cual se ofrecen pollo a la brasa (Emprendedores, 2019).

### **2.3. Marco conceptual**

#### **Gestión de Calidad**

Actividades realizadas por nivel gerencial de una organización que utilizando técnicas y herramientas establecen regímenes de calidad en sus procesos, ayudando a si a mejorar la toma de decisiones para el crecimiento de la empresa, obligando tener una buena administración en los procesos que se desarrollaran, evitando cometer errores, para así satisfacer las necesidades de los clientes y logra los objetivos propuestos.

#### **Atención al cliente**

Es una herramienta fundamental de la gestión de calidad donde las empresas buscan llegar a sus consumidores y ganarse su confianza, su finalidad es que el cliente se sienta seguro al momento de adquirir un producto o servicio, ya que esta variable se encargara que el producto o servicio llegue a las manos de sus consumidores en el tiempo eficiente, el lugar apropiado y con el servicio necesario.

#### **Micro y pequeña Empresa**

Entidad dedicada a brindar servicios o productos de acuerdo al rubro que pertenezca, generando ganancias para aquella persona natural o jurídica por la cual ha sido conformada legalmente, teniendo a si por objetivo el de extraer, crear, transformar y vender los bienes que esta produce.

### **III. HIPÒTESIS**

En el presente trabajo de investigación titulado Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, del distrito de casma, 2019 no se plantea hipótesis por ser una investigación descriptiva de propuesta.

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la investigación.

Para desarrollar la investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo - de propuesta.

**Fue no experimental:** porque la investigación se realizó sin alterar la variable de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019, solo se describió la problemática de acuerdo a lo que muestra la realidad del entorno sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

**Fue transversal:** porque el estudio de investigación Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019. Se desarrolló en un espacio determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2019.

**Fue descriptivo:** porque se describió las principales características del representante, de las micro y pequeñas y de la variable atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.

**Fue de propuesta:** porque se elaboró una propuesta de mejora para poder solucionar los problemas identificados en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.

#### **4.2.Población y muestra.**

Se utilizó una población de 13 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. Se excluyeron a todos los restaurantes que no pertenecen al rubro de pollerías como: Chifas, cevicherías, brosterías, etc. (Ver anexo 3)

Se utilizó una muestra de 13 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019. Se incluyeron solo a los establecimientos dedicadas a la venta de pollo a la brasa (Ver anexo 3).

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición de la variable	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas con ganas de sobresalir o emprender por lo cual decidieron constituir un pequeño negocio, contando con un capital necesario, para así poder solventar sus gastos y trabajar siendo su propio jefe.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas con diferentes edades, ya sea femenino o masculino, tienen diferente grado de instrucción, se desempeñan años en el cargo como dueño o administrador.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 18 a 30 años</li> <li>- 31 a 50 años</li> <li>- 51 a más años</li> </ul>	Ordinal
			Genero	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masculino</li> <li>- Femenino</li> </ul>	Nominal
			Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sin instrucción</li> <li>- Primaria</li> <li>- Secundaria</li> <li>- Superior no universitaria</li> <li>- Superior universitaria</li> </ul>	Nominal
			Cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dueño</li> <li>- Administrador</li> </ul>	Nominal
			Año que desempeña en el cargo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0 a 3 años</li> <li>- 4 a 6 años</li> <li>- 7 a más años</li> </ul>	Ordinal

<b>Variable</b>	<b>Definición de la variable</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Micro y Pequeñas Empresas	Las micro y pequeñas empresas son pequeños negocios que surgieron como idea de inversión de emprendedores con ganas de prosperar y poder solventar sus gastos, tienen como objetivo generar ganancias satisfaciendo a los clientes con los productos o servicios que brindan, podrían ser comerciales, constructoras, productores o de servicios.	Las micro y pequeñas empresas son negocios que tienen cierto tiempo de permanencia en el rubro, cuentan con un determinado número de trabajadores; estos son familiares o personas no familiares y, el objetivo de su creación es generar ganancia o por subsistencia.	Tiempo de permanencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0 a 3 años</li> <li>- 4 a 6 años</li> <li>- 7 a más años</li> </ul>	Ordinal
			Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 a 5 trabajadores</li> <li>- 6 a 10 trabajadores</li> <li>- 11 a más trabajadores</li> </ul>	Ordinal
			Personas que trabajan en su empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Familiares</li> <li>- No familiares</li> </ul>	Nominal
			Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar ganancias</li> <li>- Subsistencia</li> </ul>	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición de la variable</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad	La atención al cliente es la interacción que se produce entre la empresa y el consumidor, requiere de una persona idónea para que ofrezca un buen servicio y tenga pleno conocimiento de las características y precios del producto. De esta forma, aporta a la gestión de calidad de una empresa, la cual, es un conjunto de procesos administrativos para direccionar de forma adecuada una organización; requiere de un líder y un equipo apto para	La Gestión de calidad es un término conocido por algunos representantes de micro y pequeñas empresas, contiene una serie de técnicas modernas; así mismo, los trabajadores presentan ciertas dificultades que impiden su implementación. Abarca técnicas para medir el rendimiento del personal, contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y de esa manera, la empresa pueda alcanzar sus objetivos y metas	Gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Tiene poco conocimiento</li> </ul>	Nominal
			Que técnicas modernas conoce	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Benchmarking</li> <li>- Marketing</li> <li>- Empowerment</li> <li>- Las 5 C</li> <li>- Outsourcing</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
			Dificultades que tiene el personal para la implementación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca iniciativa</li> <li>- Aprendizaje lento</li> <li>- No se adapta a los cambios</li> <li>- Desconocimiento del puesto</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La observación</li> <li>- La evaluación</li> <li>- Escala de puntuaciones</li> <li>- Evaluación de 360°</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal

	cumplir las funciones necesarias.	trazadas. Una de las técnicas modernas que contiene es atención al cliente, conocida por algunos emprendedores y es	Gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		fundamental para que el consumidor regrese al establecimiento; además, abarca una serie de herramientas y contiene factores para ser considerado un servicio de calidad. Los resultados que obtenga una empresa también se determinan de acuerdo a si se brinda una buena o mala atención.	Términos de atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Tiene cierto conocimiento</li> </ul>	Nominal
			Aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal
			La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
			Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Confianza</li> <li>- Retroalimentación</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal

			Factores que brinda para la calidad en el servicio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención personalizada</li> <li>- Rapidez en la entrega de productos</li> <li>- Las instalaciones</li> <li>- Ninguna</li> </ul>	Nominal
			Atención que brinda a los clientes es	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena</li> <li>- Regular</li> <li>- Malo</li> </ul>	Nominal
			Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No tiene suficiente personal</li> <li>- Mala organización de los trabajadores</li> <li>- Si brinda una buena atención</li> </ul>	Nominal
			Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clientes satisfechos. Fidelización de los clientes. Posicionamiento de la empresa. Incremento en las ventas</li> </ul>	Nominal

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

La técnica que se utilizó para el recojo de información fue la encuesta, la cual estuvo direccionada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma, 2019. El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, elaborado con 23 preguntas, la cual se distribuyó en 3 partes que fueron: 5 preguntas dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 preguntas dirigidas a las características de las micro y pequeñas empresas y 13 preguntas dirigidas a la variable atención al cliente como factor relevante de la Gestión de Calidad.

#### **4.5. Plan de análisis**

Para el análisis los datos recolectados se utilizaron los siguientes programas informáticos:

Microsoft Excel para realizar la tabulación de la información obtenida con el cuestionario como instrumentos; también fue útil para la elaboración de las tablas y figuras, Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación, PDF para la presentación final del pre informe de tesis, Microsoft Power Point con el que se pudo elaborar la presentación en diapositivas para la exposición del pre informe y programa Turnitin porque se utilizó para medir el porcentaje de similitud de la investigación con otros estudios.

#### 4.6. Matriz de consistencia.

Enunciado del problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y muestra	Método	Técnica e instrumento	Plan de análisis
¿La mejora de Atención al Cliente como factor relevante permite una gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro pollerías, del distrito de	<p><b>General:</b> Determinar si la mejora de Atención al Cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, año 2019</p> <p><b>Específicos:</b> Identificar las principales características de los</p>	Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro pollerías del distrito de casma, 2019.	<p><b>Población:</b> La muestra consiste en 13 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías en el distrito de casma, año 2018.</p> <p><b>Muestra:</b> Consta del 100 % (13) de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías en el distrito de Casma, año 2018.</p>	<p><b>Diseño de la investigación</b></p> <p><b>Fue no experimental:</b> porque la investigación se realizó sin alterar la variable de la atención al cliente</p> <p><b>Fue transversal:</b> porque el estudio de investigación se desarrolló en un espacio determinado, teniendo un inicio y un fin,</p>	<p><b>Técnica:</b> Utilizamos como técnica la encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Se aplicó un cuestionario del cual constaba de 23 preguntas</p>	Para el análisis de los datos recolectados utilizamos los siguientes programas informáticos: Microsoft Excel, Microsoft Word, PDF, Power Point y programa turnitin.

<p>casma, año 2019</p>	<p>representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.</p> <p>Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.</p> <p>Determinar las principales características de Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro</p>			<p>específicamente el año 2019.</p> <p><b>Fue descriptivo:</b> porque se describió las principales características del representante, de las micro y pequeñas y de la variable atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.</p> <p><b>Fue de propuesta:</b> porque se elaboró una</p>		
------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>pollerías del distrito de casma, año 2019.</p> <p>Elaborar una propuesta de mejora de Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de asma, 2019</p>			<p>propuesta de mejora para poder solucionar los problemas identificados en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019</p>		
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

#### **4.7. Principios éticos**

Según el código de ética para la investigación ULADECH CATOLICA (2019), toda investigación que se realiza en la universidad se guía por los siguientes principios.

**Protección a las personas:** Se protegió a las personas partícipes del trabajo de investigación, respetando su privacidad, no revelando su identidad, datos personales y evitamos tomarle fotografías.

**Libre participación y derecho a estar informado:** Las personas que fueron partícipes de la investigación tuvieron el derecho a estar informados sobre la finalidad de la investigación. Aplicamos el cuestionario e hicimos las preguntas correspondientes solo a los participantes que estuvieron de acuerdo, dando su consentimiento verbalmente y escrito.

**Beneficencia y no maleficencia:** Se aseguró el bienestar de los participantes de la investigación. No se les interrumpió en horas de su labor a las personas que participen en el trabajo de investigación, de tal forma, se evitó causarles algún tipo de daño.

**Justicia:** Se aplicó las mismas preguntas a todos los participantes de la investigación; así mismo, si cada uno lo desea, podrán conocer los resultados obtenidos al aplicar el cuestionario.

**Integridad científica:** Si durante el desarrollo de la investigación, alguno de los participantes se encuentre en riesgos, como haber revelado por error algún dato personal, informarle de manera inmediata.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

**Tabla 1**

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.*

<b>Datos Generales</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad</b>		
18 a 30 años	9	69.23
31 a 50 años	4	30.77
51 a más años	0	0.00
Total	13	100.00
<b>Genero</b>		
Masculino	1	7.69
Femenino	12	92.31
Total	13	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	6	46.15
Superior no universitaria	5	38.46
Superior universitaria	2	15.39
Total	13	100.00
<b>Cargo</b>		
Dueño	2	15.38
Administrador	11	84.62
Total	13	100.00
<b>Año de desempeña en el cargo</b>		
0 a 3 años	10	76.92
4 a 6 años	3	23.08
7 a más años	0	0.00
Total	13	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Casma, 2019.

**Tabla 2**

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.*

Datos de la empresa	N	%
<b>Tiempo de permanencia de la empresa</b>		
0 a 3 años	3	23.08
4 a 6 años	9	69.23
7 a más años	1	7.69
Total	13	100.00
<b>Número de colaboradores</b>		
1 a 5 trabajadores	11	84.62
6 a 10 trabajadores	2	15.38
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	13	100.00
<b>Personas que trabajan en la empresa</b>		
Familiares	5	38.46
Personas no familiares	8	61.54
Total	13	100.00
<b>Objetivo de la creación de la empresa</b>		
Generar ganancia	13	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	13	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicada a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.

**Tabla 3**

*Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.*

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
<b>Conocimiento sobre gestión de calidad</b>		
Si	8	61.54
No	2	15.38
Tengo cierto conocimiento	3	23.08
Total	13	100.00
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	5	38.46
Empowerment	0	0.00
Las 5 S	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	1	7.69
Ninguno	7	53.85
Total	13	100,00
<b>Dificultad de los trabajadores para implementar la gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	5	38.46
Aprendizaje lento	2	15.39
No se adapta a los cambios	1	7.69
Desconocimiento del puesto	1	7.69
Otros	4	30.77
Total	13	100.00
<b>Técnicas para medir el rendimiento del Personal</b>		
La observación	5	38.46
La evaluación	4	30.77
Escala de puntuaciones	3	23.08
Evaluación de 360°	0	0,00
Otros	1	7.69
Total	13	100.00

*Continua...*

**Tabla 3**

*Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.*

<b>La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio</b>		
Si	13	100.00
No	0	0.00
Total	13	100.00
<b>La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos de la empresa</b>		
Si	9	69.23
No	0	0.00
A veces	4	30.77
Total	13	100.00
<b>Conocimiento de la atención al cliente</b>		
Si	11	84.62
No	1	7.69
Tengo cierto conocimiento	1	7.69
Total	13	100.00
<b>La gestión de calidad mejora en los servicios</b>		
Si	8	61.54
No	1	7.69
A veces	4	30.77
<b>La atención al cliente es fundamental</b>		
Si	13	100.00
No	0	0.00.
Total	13	100.00

*Continua...*

**Tabla 3**

*Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019*

<b>Herramienta para un servicio de calidad</b>		
Comunicación	3	23.08
Confianza	8	61.54
Retroalimentación	2	15.38
Ninguno	0	0.00
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>
<b>Factores que influyen a una buena calidad de servicio</b>		
Atención personalizada	6	46.15
Rapidez en la entrega de los productos	6	46.15
Las instalaciones	1	7.07
Ninguna	0	0.00
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>
<b>La atención brindada</b>		
Buena	11	84.62
Regular	2	15.38
Malo	0	0.00
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>
<b>Factores de una mala atención al cliente</b>		
No tiene suficiente personal	3	23.08
Por una mala organización de los trabajadores	9	69.23
Si brindad una buena atención al cliente	1	7.69
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>
<b>Resultados de una buena atención al cliente</b>		
Clientes satisfechos	7	53.85
Fidelización de los clientes	2	15.38
Posicionamiento de la empresa	1	7.69
Incremento en las ventas	3	23.08
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicada a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.

**Tabla 4**

*Elaborar una propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.*

<b>Problemas Encontrados (resultados)</b>	<b>Surgimiento del problema</b>	<b>Acción de mejora</b>	<b>Responsable</b>
La falta de conocimientos de parte de los colaboradores	Los trabajadores no tienen una buena organización para realizar una buena atención al cliente lo que estaría causando una mala atención al cliente y la perdida de ellas.	Los trabajadores deberían recibir orientaciones explicitas en cuanto a sus funciones y respetar los procesos por los cuales se pueda realizar una buena atención al cliente	Representante
No realizan el reclutamiento de personal necesario	Las micro y pequeñas empresas no cuentan con suficiente personal para realizar una buena atención al cliente por lo que podría causar problemas como en la entrega de los productos y no tener una buena atención al cliente.	Los representantes deberían realizar el reclutamiento de personal para una buena selección del personal que requiere a la empresa.	Representante
Los representantes no buscan asesoramiento.	Falta de conocimiento sobre las técnicas moderas de la gestión de	Asesorarse con expertos en el tema para así	Representante

	calidad.	poder lograr obtener mayor conocimiento.	
Los representantes solo tienen una educación básica	Lo que surgiría la problemática de tener un pensamiento limitado y tener poca iniciativa para poder expandir su negocio y no poder lograr sus objetivos propuestos ya que prefieren hacer uso de los métodos tradicionales.	Por los jóvenes que son, lo mejor sería que se orienten en temas de Gestión y Atención al cliente, así poder lograr ser competitivos en el mercado.	Representante
Los trabajadores no cuentan con orientaciones adecuadas.	Existe la dificultad de implementar una gestión de calidad, debido a que hay poca iniciativa y aprendizaje lento por parte de los trabajadores.	Realizar capacitaciones para que los trabajadores sepan del proceso en los que se llevara a cabo la implementación de la gestión de calidad y los beneficios que se obtendrá con ello.	Representante

Fuente: Cuestionario aplicada a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, 2019.

## 5.2. Análisis de resultados

### **Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el distrito de Casma, 2019.**

**Edad:** El 69.23% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 18 a 30 años de edad. Estos resultados coinciden con lo encontrado por Pérez (2016) el cual manifestó que el 60% de los representantes tienen de 18 a 30 años de edad. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma, 2019, están siendo administradas por personas adultas de 18 a 30 años de edad, son microempresario que cuentan con la experiencia en el rubro, buscan desempeñarse de manera eficaz para poder lograr sus objetivos que se plantearon al iniciar su negocio.

**Género:** El 92.31% de los administradores de las micro y pequeñas empresas son del género femenino. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Gaviria (2017) quien manifiesta que el 64% de sus representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, así mismo coincide con los resultados obtenidos en los estudios de Pérez (2016) donde nos manifiesta que el 50% de los representantes son de género femenino, de tal forma con los resultados de Bueno (2016) donde también nos muestra que el 50% de los representantes son de género femenino. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019 están representadas por mujeres, ya que actualmente se ve muchas mujeres emprendedoras y apasionadas por sus labores y responsabilidades.

**Grado de instrucción:** El 46,15% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción básica. Estos resultados se asemejan con los resultados encontrados por Bueno (2016), quien manifestó que el 50% solo tiene

instrucción básica, así mismo asemeja con los resultados obtenido por Gaviria (2017) donde nos manifiesta que el 44% de los representantes solo tienen educación básica. Con los resultados obtenidos se puede identificar que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, año 2019, son administradas por personas que tienen escasos conocimientos, los cuales no pueden tener una planificación estratégica o aplicar las herramientas administrativas que puedan ayudar en el rendimiento de su negocio.

**Cargo que desempeña:** El 84,62% de los que se encuentran representando a las micro y pequeñas empresas se desempeña como administradores. Estos resultados contrastan con los resultados encontrado por Sáenz (2016), quien nos manifiesta que el 100% de los representantes desempeñan el cargo de dueño, de la misma manera contrasta con los resultados encontrados por Albildo (2018), quien nos manifiesta que el 91,67% de los representantes desempeñan el cargo como dueños de la empresa, así mismo contrasta con los resultados de Bueno (2016), quien nos manifiesta que el 75% de los que se encuentran al mando del negocio son dueños del negocio así mismo contrasta con los resultados de Siesquen (2017), donde nos indica que el 71,43% de los que se encuentran en representación de los negocios manifiestan que son los dueños, también contrasta con los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), quien también nos indica que el 66,67% desempeñan el cargo de dueños, así mismo contrasta con los resultados obtenidos por Pérez (2016), quien nos manifiesta que el 60% desempeñan el cargo de dueño o propietario de la empresa. Estos resultados demuestran que las micro y pequeñas empresas están siendo representadas por administradores, y que tienen la capacidad para poder manejar el negocio, ya que se les ha brindado la confianza de desenvolverse eficazmente para poder llegar al objetivo propuesto por la empresa.

**Tiempo que desempeña en el cargo:** El 76,92% de los representantes de las micro y

pequeñas empresas vienen desempeñándose en el cargo con 0 a 3 años. Esto se asemeja con los resultados de Pérez (2016), donde nos dice que el 40% de los representantes vienen desempeñando el cargo entre 1 a 5 años. Estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019 tienen experiencia en el cargo de 0 a 3 años, teniendo así conocimientos y habilidades que ayuden alcanzar los objetivos de la empresa.

### **Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro, pollerías en el distrito de Casma, 2019.**

**Tiempo de permanencia de la empresa:** El 69,23% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Estos resultados se asemejan con los resultados obtenidos por Siesquen (2017), quien nos manifiesta que el 98,86% de las micro y pequeñas empresas encuestadas en su estudio tienen entre 4 a 6 años desempeñándose en el rubro, así mismo se asemeja con los resultados obtenidos por Sáenz (2016), donde nos indica que el 90% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a más años desempeñándose en el rubro, de la misma manera se asemeja con los resultados obtenidos por Pérez (2016), donde nos manifiesta que el 70,0% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 5 años de permanencia en el rubro, de la misma manera se asemeja a los resultados de Bueno (2016), donde nos manifiesta que el 62,5% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años desempeñándose en el rubro, así mismo se asemeja a los resultados de Albildo (2018), donde nos manifiesta que el 58,33% de pollerías encuestadas tienen un tiempo de permanencia de 4 a 6 años. Así mismo se asemeja a los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), que nos indica que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años desempeñándose en el rubro, también tiene una pequeña similitud con los resultados obtenidos por Gaviria (2017), donde nos manifiesta que el 40% de las micro y pequeñas empresas tienen de permanencia de 4 a 9 años.

Con los resultados obtenidos se puede determinar que las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, se han mantenido entre 4 a más años en el rubro, resultado de su buen servicio, producto que ofrece y la atención al cliente que brindan.

**Número de trabajadores:** El 84,62% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 colaboradores. Esto coincide con los resultados de Siesquen (2017), donde nos indica que el 58,71% tienen de 1 a 5 trabajadores, así mismo se asemejan con los resultados de Pérez (2016), donde nos indica que el 70,0% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 3 colaboradores, de igual manera se asemejan a los resultados obtenidos por Bueno (2016), que nos indican que el 62,5% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores, también se asemejan con los resultados obtenidos por Gaviria (2017), que nos indican que el 72% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 5 a 8 trabajadores, así mismo tiene una semejanza con los resultados de Sáenz (2016), donde nos indica que el 90% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 3 colaboradores, de la misma manera se asemejan con los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), que nos dice que el 75% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores. Los resultados demuestran que la mayoría de la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma año, cuentan con 1 a 5 trabajadores, los mismo que les ha beneficiado en mantener una buena relación laboral, y estar comprometidos con los objetivos del negocio.

**Personas que trabajan en la empresa:** El 61,54% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas no familiares. Esto coincide con Siesquen (2017) que nos dice que el 64,29% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas que no son familiares, así mismo se asemejan a los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), quien nos muestra que el 100% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas no familiares, de la

misma manera se asemejan con los resultados de Bueno (2016), donde nos indica que el 87,5% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas no familiares, así mismo se asemejan a los resultados obtenidos por Pérez (2016), donde nos indican que el 50% de las micro y pequeñas empresas encuestadas laboran con personas no familiares. Los resultados determinan que las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, laboran con personas que no son familiares, lo cuales les ayuda a evitar conflictos, y que los colaboradores tengan un mayor desempeño.

**Objetivo de la creación de la empresa:** El 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias. Esto coincide con los resultados obtenidos por Siesquen (2017) quien nos indican que el 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para obtener ganancias, así mismo coincide con los resultados obtenidos por Sáenz (2016), quien nos indica que el 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, así mismo se asemeja a los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien nos indica que el 88.33% fueron creadas con el objetivo de generar ganancia, también se asemeja con los resultados obtenidos por Izaguirre (2016) quien nos indica que el 75% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancia, de la misma manera se asemeja a los resultados obtenidos por Bueno (2016) donde nos indica que el 62,5% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, pero contrasta con los resultados obtenidos por Pérez (2016), quien nos indica que el 90% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de ser empresas y organizaciones en crecimiento. Los resultados manifiestan que las micro y pequeñas empresas del sector servicios. rubro pollerías del distrito de casma, fueron creadas con el objetivo principal de generar ganancias y poder mantenerse en el mercado satisfaciendo las necesidades de sus clientes.

## **Características de la Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019**

**Termino de Gestión de calidad:** El 61,54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen la gestión de calidad. Esto se asemeja a los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), que nos indica que el 58,33% de las micro y pequeñas empresas si conocen la gestión de calidad, pero contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien nos indica que el 62,5% no conoce el termino de gestión de calidad. Esto indica que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma si conocen el termino de gestión de calidad, y las aplican en sus negocios para generar mayor rendimiento.

**Técnicas modernas de la gestión de calidad:** El 53, 85% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen las técnicas modernas de la gestión de calidad. Esto indica que las micro y pequeñas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma no conocen las técnicas modernas de la gestión de calidad para que las puedan aplicar a sus negocios, lo que le ocasionara ciertas bajas en sus negocios y en el mercado, porque no eran tan competitivas ante los otros que si las conocen y las aplican pues son factores relevantes para mantener un negocio.

**Dificultades para implementar la gestión de calidad:** El 38,46% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman que los trabajadores tienen dificultades para implementar la gestión de calidad por falta de iniciativa. Esto se asemeja a los resultados obtenidos por Siesquen (2017), donde nos indica que el 71,43% de los representantes afirman que su personal tiene dificultades de implementar la gestión de calidad por falta de iniciativa, pero contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2016), donde nos indica que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para la

implementación de la gestión de calidad son porque no se adaptan a los cambios. Así mismo coincide con las afirmaciones de FeelQuality (2015), quien menciona que existen barreras y dificultades para implementar un sistema de gestión de calidad como la falta de liderazgo por parte de la dirección, falta de un objetivo claro decidido a implementar un SGC, no tener establecido un plan de proyecto y la falta de integración del sistema de gestión de calidad con el sistema de gestión de calidad. Estos resultados determinan que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, tienen dificultades de implementar la gestión de calidad por falta de iniciativa de los trabajadores y porque no se les hace fácil adaptarse a los cambios que se realizarían.

**Técnicas para medir el rendimiento:** El 38,46% de los representantes de las micro y pequeñas empresas usan la técnica de la observación para medir el rendimiento de sus trabajadores. Esto se asemeja a los resultados obtenidos por Albildo (2018), donde nos indica que el 75% de los representantes utilizan la observación como la técnica para medir el rendimiento de su personal, así mismo se asemeja a los resultados obtenidos por Bueno (2016), donde nos indica que el 85.5% de los representantes usan la observación como la técnica para medir el rendimiento del personal, de la misma manera se asemeja a los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), donde nos indica que el 50% de los representantes miden el rendimiento de su personal con la observación, así mismo se asemeja a los resultados obtenidos por Siesquen (2017), donde nos indica que el 57,14% aplican la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal. Esto indica que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Casma, aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento de sus colaboradores pues esta técnica les ayuda a conocer las habilidades, desempeño, comportamiento en trabajo en equipo, el trato a sus clientes, la cual les ayuda a saber si tienen los personales que la empresa requiere.

**La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio:** El 100% de los representantes encuestados afirmaron que la gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio. Esto coincide con los resultados obtenidos por Pérez (2016), donde nos indica que el 90% de los representantes consideran que la gestión de calidad si mejora continuamente el rendimiento del negocio, así mismo coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), donde nos indica que el 62.5% de los representantes aseguran que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento de los negocios, de igual manera coinciden con los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), que nos indica que el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías aseguran que la gestión de calidad contribuyen a mejorar el rendimiento de los negocios, pero contrasta con los resultados obtenidos por Siesquen (2017), quien nos indica que el 71.43% de los representantes manifestaron que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, así mismo contrastan con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien nos indica que el 58.33% de los representantes no consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Así mismo coincide con lo manifestado por Esan (2018), quien afirma que implantar de manera efectiva un sistema de gestión de calidad en un negocio va a lograr que esta se sustenta de valor económico y la calidad de los procesos del producto o servicio que serán ofrecidos al cliente porque va a mejorar el control de los procesos, aumentar la cuota del mercado volviéndola más competitiva. Los resultados determinan que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, si consideran que la gestión de calidad es muy importante porque contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, pues ayuda a reducir procesos, mejorar los servicios y productos que se ofrecen para satisfacer las necesidades de los clientes.

**La gestión de calidad ayuda alcanza los objetivos del negocio:** El 100% de los representantes encuestados afirmaron que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos de la empresa. Esto coincide con los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), donde nos indica que el 66.63% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas de los negocios. Así mismo coincide con lo que menciona Cortez (2017), que si ayuda a alcanzar con los objetivos del negocio puesto que la gestión de calidad tiene las siguientes finalidades: Enfocarse en la organización con la meta de realizar sus actividades satisfactoriamente en el primer intento y en el tiempo dispuestos de los clientes y definir todas las labores que realiza la empresa para realizarse de manera eficaz con procesos de calidad. Esto indica que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, consideran que la gestión de calidad si les ayudan alcanzar los objetivos de sus negocios, porque tienen una mejor planificación de sus actividades y personal.

**Conocimiento del Atención al cliente:** El 84,62% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen la Atención al cliente. Esto coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), donde nos indican que el 62,5% de los representantes si conocen el termino de atención al cliente, así mismo coinciden con los resultados obtenidos por Albildo (2018), donde nos indican que el 75% de los representantes si conocer el termino de atención al cliente. Dado los resultados se puede apreciar que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, si conocen el término de Atención al cliente, por eso se preocupan en realizar una buena atención al cliente en sus servicios.

**Aplica la gestión de calidad:** El 61,54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestados afirmaron aplicar la gestión de calidad en sus servicios. Esto se

asemeja a los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), donde nos indica que el 91,67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías si aplican la gestión de calidad en sus servicios que brinda, así mismo se asemeja a los resultados obtenidos por Pérez (2016), donde nos indica que el 70,0% de los representantes si aplican la gestión de calidad, así mismo se asemejan a los resultados obtenidos por Albildo (2018), donde nos indica que el 75% de los representantes si aplican la gestión de calidad en los servicios que brinda, pero contrasta con los resultados obtenidos por Gaviria (2017), donde nos indica que el 76% de los representantes aseguran que no aplican la gestión de calidad. Así mismo coincide con lo mencionado por ISO (2018), que la gestión de calidad son dirigidas por el gerente de una organización, enfocadas en establecer un régimen de calidad en sus actividades. Dados los resultados se puede indicar que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, si aplican la gestión de calidad, porque les permite tener una mejora continua en su negocio y mantiene satisfecho a sus clientes.

**La atención al cliente es fundamental:** El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas dicen que la atención al cliente si es fundamental para que los clientes regresen al negocio. Esto coincide con los resultados obtenidos por Albildo (2018), donde nos indica que el 91,67% de los representantes afirman que la atención al cliente si es fundamental para que el cliente regrese al negocio, Así mismo coincide con los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), quien nos indica que el 91,67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que la atención al cliente si es fundamental para sus negocios, de la misma manera coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), donde nos indica que el 50.0% de los representantes consideran que la atención al cliente si es fundamental para que este regrese al establecimiento. Así mismo coincide con lo mencionado por Atcom (2018), que

la atención al cliente es fundamental porque al estar el negocio actualmente en un mercado tan competitivo hace que el producto por sí sola no sea el principal elemento que ofrezca la empresa, es necesario poder diferenciarse del resto, ofreciendo un valor agregado, como es una solida atención al cliente. Esto resultados confirman que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro pollerías del distrito de casma, indican que a la atención al cliente si es fundamental para poder fidelizar los clientes y mantenerse en el mercado porque hace que la empresa sea más competitiva y diferenciador del resto.

**Herramientas que utilizan para un servicio de calidad:** El 61,54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas utilizan la confianza para brindar un servicio de calidad. Esto coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), donde nos indica que el 50% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de para brindar un servicio de calidad. Con los resultados obtenidos se puede demostrar que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma utilizan la herramienta de confianza para poder fidelizar sus clientes ya que se sentirán en confianza dentro del establecimiento y al realizar sus reclamos cuando las tenga.

**Factores que influyen a un servicio de calidad:** El 46,15% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que la atención personalizada y la rapidez de la entrega del producto influyen a un buen servicio de calidad. Esto se asemeja a los resultados obtenidos por Albildo (2018), donde nos indica que el 75% de los representantes consideran que la atención personalizada es el principal factor de servicio que brinda, así mismo se asemeja a los resultados obtenidos por Pérez (2016), donde nos indica que el 50% de los representantes consideran que el buen trato y el producto final son los factores para un buen servicio de calidad, así mismo coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), donde nos indica que el 50% de los representantes

consideran como factor importante en el servicio la atención la atención personalizada. Así mismo coincide con lo mencionado por Atcom (2018), que los clientes son cada vez más exigentes porque en la actualidad además de buscar un buen precio y calidad, buscan una buena atención, la comodidad del ambiente, el trato personalizado y la rapidez en los productos que estas requieran. Esto indica que representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, afirman que los factores importantes que influyen a un servicio de calidad son la atención personalizada y la rapidez de la atención al cliente.

**La atención que brinda:** El 84,65% de las micro y pequeñas empresas encuestados tienen una buena atención al cliente. Esto coincide con los resultados obtenidos por Albildo (2018), quien nos indica que el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que brinda una buena atención al cliente, así mismo coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), que también nos indica que el 62,5 de los representantes consideran tener una buena atención al cliente, de la misma manera coinciden con los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), que nos indica que el 83,33% de las micro y pequeñas empresas aplican una buena atención al cliente, así mismo se asemeja con los resultados obtenidos por Siesquen (2017), quien nos indica que el 100% de las micro y pequeñas empresas si brindan un buen servicio al cliente. Con los resultados obtenidos se puede indicar que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías si brindan una buena atención al cliente con la rapidez de la entrega del producto y la calidad del servicio, lo cual les beneficia a que los clientes regresen y aumentar sus ventas.

**Mala atención al cliente:** El 69,23% de las micro y pequeñas empresas tienen una mala atención al cliente por falta de organización de los trabajadores. Esto coincide con los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), quien nos indica que el 41,67% de las micro y

pequeñas del sector servicios – rubro pollerías del distrito de casma, 2018 consideran que brindaron una mala atención al cliente por la falta de organización de sus trabajadores, ya que estos no se sienten comprometidos con el negocio y no se siente motivado a tener un buen clima organizacional. Con los resultados obtenidos se puede indicar que los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías en el distrito de Casma dan mala atención al cliente por falta de organización lo que causa una disminución en sus ventas.

**Resultados de una buena atención al cliente:** El 53,85% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas afirman que tener una buena atención al cliente lograran tener clientes satisfechos. Esto contrasta con los resultados obtenido por Albildo (2018), quien nos indica que el 41,67% consideran que con una buena atención al cliente se obtiene la fidelización del cliente, así mismo contrasta con los resultados obtenidos por Izaguirre (2018), quien nos indica que el 83,33% afirma que tener una buena atención al cliente les permite el posicionamiento del mercado, así mismo contrasta con los resultados obtenidos por Siesquen (2017), quien nos indica que el 57,14% afirman que con una buena atención al cliente se incrementa las ventas. Así mismo coincide con lo mencionado por Da Silva (2018), para que una empresa prospere y siempre este activamente en funcionamiento tenemos que tener claro que los clientes son la base fundamental para que esto se dé por ello se les debe tratar de satisfacer sus necesidades. Con los resultados obtenidos se puede afirmar que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma utilizan la herramienta de una buena atención al cliente para mantener a sus clientes satisfechos con sus servicios y poder seguir obteniendo ganancias a través de ello.

## **PLAN DE MEJORA**

### **1. Datos Generales**

Nombre o razón social: POLLERIA EL GALLITO DE ORO

Dirección: Distrito de Casma

Nombre del Representante: Lomparte Arana Carlos Alfonso

### **2. Misión.**

Satisfacer a nuestros clientes, brindando los mejores pollos a la brasa que son preparados con los insumos de buena calidad, aplicando siempre las buenas prácticas de manufactura, dando la mejor atención a los clientes y buen ambiente familiar.

### **3. Visión.**

Ser reconocidos como la mejor pollería de la región por nuestros estándares de calidad, la buena atención y satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, contando con colaboradores familiarizados con la empresa.

### **4. Objetivos Empresariales.**

La pollería es un establecimiento de carácter público, destinado a ofrecer los mejores pollos a la brasa, bebidas, satisfaciendo así las necesidades de los clientes, garantizando un excelente servicio al cliente, por lo que contamos con los siguientes objetivos empresariales:

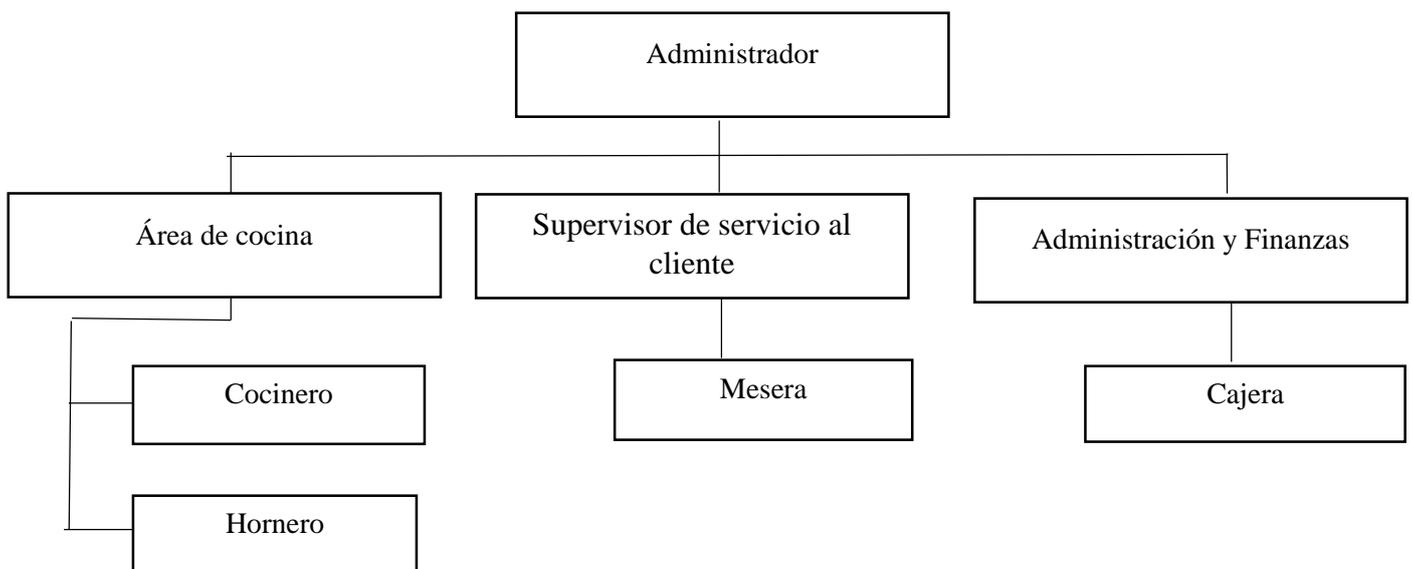
- Lograr la fidelización de los clientes.
- Mejorar la atención al cliente continuamente, con un trato más personalizado hacia ellos.
- Mantener y mejorar la calidad de nuestros pollos de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

- Ofrecer un ambiente familiar donde los clientes se sientan bien acogidos en el momento de la visita del local.
- Obtener mejores ganancias.
- Incrementar a los clientes.
- Ofrecer nuevos servicios.
- Capacitación a los trabajadores.

### 5. Servicios.

La pollería, ofrece los mejores pollos a la brasa con un buen estándar de calidad y con una buena atención al cliente para que el cliente tenga una buena experiencia.

### 6. Organigrama de la empresa.



## 6.1. Descripción de funciones

Cargo	
<b>Administrador</b>	Es el representante legal de la empresa ante la sociedad y el mundo empresarial y el encargado de supervisar cada área.

Cargo	
<b>Supervisor de área de cocina</b>	<b>Hornero:</b> Es el encargado de sazonar y hornear el pollo a la brasa. <b>Cocinero:</b> Encargado de preparar las ensaladas, papas fritas y las salsas.

Cargo	
<b>Supervisor de área de servicio</b>	<b>Mesero:</b> Es el personal encargado de brindar atención al público en general y la limpieza.

Cargo	
<b>Finanzas</b>	<b>Cajero (a):</b> Es la encargada de cobrar en caja y al final contabilizar el dinero

FACTORES INTERNOS	FORTALEZA	DEBILIDADES
FACTORES EXTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Muy buena sazón del pollo a la brasa</li> <li>2. Ubicación estratégica (AV. TARAPACA – 439, Casma) misma esquina.</li> <li>3. Evaluación periódica al personal mediante la observación.</li> <li>4. Buena Atención al cliente mediante adecuada gestión de calidad y aplicación de la Atención al cliente.</li> <li>5. Precios competitivos.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los trabajadores no tienen buena organización para realizar una buena atención al cliente.</li> <li>2. Falta de compromiso e interés de los representantes con la empresa.</li> <li>3. Falta de iniciativa para poder implantar un sistema de gestión de calidad.</li> <li>4. No cuentan con personal suficiente para realizar una buena atención al cliente</li> </ol>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crecimiento de turismo en nuestro distrito.</li> <li>2. Competencia con baja calidad de servicios.</li> <li>3. Los clientes buscan servicios de calidad.</li> <li>4. Buena localización de la empresa.</li> <li>5. Alimento consumido por todos los estratos socio-económicos de la sociedad peruana</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>E1. Fidelizar a los clientes para poder generar mayores ganancias (F1, F4, O1, O2)</li> <li>E2. Aprovechar la localización de la empresa para ganar más clientes (F2, O4).</li> <li>E3. Desarrollar nuevas alternativas de productos y servicios (F1, F2).</li> <li>E4. Aprovechar la buena sazón y localización del pollo para así captar la mayor cantidad de clientes y poder satisfacer la demanda (F1, F3,O5)</li> <li>E5. Aprovechar sus precios competitivos para así captar la atención del cliente de diferentes estratos sociales (F5, O3).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>E6. Elaborar un plan de presupuesto para la capacitación del personal (D1,O1,O2)</li> <li>E7. Designar un personal responsable para evaluar las dificultades o problemas que tiene los trabajadores (D4, O2,O3,O2)</li> <li>E8. Los representantes deben asesorarse para obtener mayor conocimiento e implementar y aplicar una buena gestión de calidad (D2, O1,O2,O4)</li> </ol>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incremento de la competencia en el distrito.</li> <li>2. Clientes más exigentes con estándares de calidad</li> <li>3. Inspecciones municipalidades</li> <li>4. Publicidad intensiva de los grandes competidores.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>E9. Aprovechar su fuerte posición estratégica para poder captar más clientes y ganarle a la competencia (F2, A1).</li> <li>E10. Mejorar la publicidad enfatizando la buena sazón del pollo a la brasa (A3, F1).</li> <li>E11. Elaborar una buena estrategia de publicidad donde se enfatice una buena calidad y los precios bajos (F5, F1, A4).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>E12. Invertir mayor presupuestos en la capacitación del personal (D1, A1,A2).</li> <li>E13. Elaborar un plan de mejora eficiente para hacer frente a los problemas que se presenten (D2,D3,DA,A3,A2).</li> </ol>

## 1. Indicadores de Gestión.

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de los indicadores dentro de la Mype.</b>
Mala Atención al cliente	Lo que impide una buena atención al cliente, es que no hay una buena organización de los trabajadores en el momento de realizar sus actividades.
Falta de buena atención al cliente.	No hay buena atención al cliente porque las microempresas no cuentan con personal suficiente.
Falta de conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad	Los representantes no toman el interés de conocer las técnicas modernas de la gestión de calidad.
Educación básica.	Los representantes solo tienen educación básica lo que impide querer obtener nuevos conocimientos en cuanto a implementación de un sistema de gestión de calidad y solo aplican modelos tradicionales en sus negocios.
Implementación de la Gestión de calidad	El factor que impide la implementación de la gestión de calidad es por la falta de iniciativa y el aprendizaje lento de los trabajadores.

## 2. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Mala Atención al cliente	Los trabajadores no tienen una buena organización	Los trabajadores no tienen una buena organización para realizar una buena atención al cliente lo que estaría causando una mala atención al cliente y la pérdida de ellas.
Falta de buena atención al cliente.	No cuentan con personal suficiente	Las micro y pequeñas empresas no cuentan con suficiente personal para realizar una buena atención al cliente por lo que podría causar problemas como en la entrega de los productos y no tener una buena atención al cliente
Falta de conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad	No conocen ninguna de las técnicas modernas de gestión de calidad	Los representantes no tienen conocimiento sobre las técnicas modernas de la gestión de calidad.
Educación básica.	Los representantes solo tienen una educación básica	Lo que surgiría la problemática de tener un pensamiento limitado y tener poca iniciativa para poder expandir su negocio y no poder lograr sus objetivos propuestos ya que prefieren hacer uso de los métodos tradicionales.
Implementación de la Gestión de calidad	Dificultad para implementar una gestión de calidad	Existe la dificultad de implementar una gestión de calidad, debido a que hay poca iniciativa y aprendizaje lento por parte de los trabajadores.

### 3. Establecer soluciones.

#### 3.1. Establecer acciones.

<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Acción de mejora</b>
Mala Atención al cliente	Los trabajadores no tienen una buena organización	Los trabajadores deberían recibir capacitaciones realizadas por expertos en el tema, así mismo designarles detalladamente sus funciones y los procesos por los cuales se pueda realizar una buena atención al cliente
Falta de buena atención al cliente.	No cuentan con personal suficiente	Los representantes deberían realizar el reclutamiento de personal para una buena selección del personal que requiere a la empresa.
Falta de conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad	No conocen ninguna de las técnicas modernas de gestión de calidad	Asesorarse con expertos en el tema para así poder lograr obtener mayor conocimiento.
Educación básica.	Los representantes solo tienen una educación básica	Por los jóvenes que son, lo mejor sería que se capaciten en temas de Gestión y Atención al cliente, así poder lograr ser competitivos en el mercado.
Implementación de la Gestión de calidad	Dificultad para implementar una gestión de calidad	Realizar capacitaciones para que los trabajadores sepan del proceso en los que se llevara a cabo la implementación de la gestión de calidad y los beneficios que se obtendrá con ello.

### 3.2.Estrategias que desean implementar.

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Los trabajadores deberían recibir capacitaciones realizadas por expertos en el tema, así mismo designarles detalladamente sus funciones y los procesos por los cuales se pueda realizar una buena atención al cliente	No tienen una buena organización para realizar una buena atención al cliente	1 mes	Excelente servicio de atención al cliente y una buena organización en la realización de las actividades.	Programar y realizar charlas laborales, donde se pueda dar a conocer de una buena organización entre ellos para poder tener una buena atención al cliente.
2	Realizar el reclutamiento de personal para una buena selección del personal que requiere a la empresa.	No cuentan con suficiente personal para realizar una buena atención al cliente	2 semanas	Clientes satisfechos, fidelización de clientes y mayor rentabilidad del negocio.	Publicidad en radios locales y uso de redes sociales donde se pueda dar a conocer el requerimiento de personal calificado.
3	Asesorarse con expertos en el tema para así poder lograr obtener mayor conocimiento.	Desconocen las técnicas modernas de la gestión de calidad.	6 meses	Buena atención al cliente, optimización de los recursos, a través de una buena gestión de calidad.	Programar asesorías con expertos en temas de buena gestión donde pueda obtener conocimiento sobre la gestión de calidad y sus técnicas modernas y así poder aplicarlas en su negocio.
4	Que se capaciten en temas de Gestión y	Tienen solo educación básica	6 meses	Mejores estrategias y gestión en la empresa.	Recibir capacitaciones donde puedan adquirir

	Atención al cliente, así poder lograr ser competitivos en el mercado.				conocimientos para poder desenvolverse en un mercado muy competitivo
5	Realizar capacitaciones para que los trabajadores sepan del proceso en los que se llevara a cabo la implementación de la gestión de calidad y los beneficios que se obtendrá con ello.	Dificultad para implementar la gestión de calidad	2 meses	Mejores estrategias, buena gestión de calidad, productos competitivos, personal altamente capacitada para realizar una buena atención al cliente.	Realizar capacitaciones para los trabajadores donde puedan saber el manejo, los procesos y los beneficios que trae la implementación de un sistema de gestión de calidad.

### 3.3. Recursos para la implementación de estrategias.

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Programar y realizar charlas laborales, donde se pueda dar a conocer de una buena organización entre ellos para poder tener una buena atención al cliente.	Administración	1,300 mensual	Local de la empresa, materiales y equipos	1 mes
2	Publicidad en radios locales y uso de redes sociales donde se pueda dar a conocer el requerimiento de personal calificado.	Administración	200 soles semanales	Radios, celulares y redes sociales	2 semanas
3	Programar asesorías con expertos en	Administración	1500 mensuales	Local de la empresa,	6 meses

	temas de buena gestión donde pueda obtener conocimiento sobre la gestión de calidad y sus técnicas modernas y así poder aplicarlas en su negocio.			materiales y equipos	
<b>4</b>	Recibir capacitaciones donde puedan adquirir conocimientos para poder desenvolverse en un mercado muy competitivo	Administración	<b>1500</b> mensuales	Local de la empresa, materiales y equipos	<b>6 meses</b>
<b>5</b>	Realizar capacitaciones para los trabajadores donde puedan saber el manejo, los procesos y los beneficios que trae la implementación de un sistema de gestión de calidad.	Administración	1000 soles	Local de la empresa, materiales y equipos	2 meses

#### 4. Cronograma de actividades.

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero - Diciembre
<b>1</b>	Programar y realizar charlas laborales, donde se pueda dar a conocer de una buena organización entre ellos para poder tener una buena atención al cliente.	<b>01 -08 - 21</b>	<b>30 – 08 -21</b>	

2	Publicidad en radios locales y uso de redes sociales donde se pueda dar a conocer el requerimiento de personal calificado.	01 -08 - 21	15 – 08 -21	
3	Programar asesorías con expertos en temas de buena gestión donde pueda obtener conocimiento sobre la gestión de calidad y sus técnicas modernas y así poder aplicarlas en su negocio.	01 – 08 -21	28 – 02 - 22	
4	Recibir capacitaciones donde puedan adquirir conocimientos para poder desenvolverse en un mercado muy competitivo	01 – 08 -21	28 – 02 - 22	
5	Realizar capacitaciones para los trabajadores donde puedan saber el manejo, los procesos y los beneficios que trae la implementación de un sistema de gestión de calidad.	01 – 08 -21	28 – 02 - 22	

## **VI. CONCLUSIONES**

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18 a 30 años, son de género femenino, la minoría solo tienen instrucción básica. La minoría se desempeñan como administradores de los negocios y tienen entre 0 a 3 años desempeñándose en el cargo.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 4 a 6 años permaneciendo en el rubro, cuentan con 1 a 5 trabajadores, tienen a su disposición trabajando a personas que no son familiares y la totalidad tienen el objetivo de generar ganancias.

La mayoría de las micro y pequeñas si conocen la gestión de calidad, no conocen las técnicas modernas de la gestión de calidad. La minoría tienen dificultades de implementar una buena gestión de calidad debido a la falta de iniciativa que existe en sus trabajadores así mismo usan la técnica de la observación para medir el rendimiento de sus trabajadores. La totalidad de las micro y pequeñas empresas afirman que la gestión de calidad mejora el rendimiento de sus negocios, afirman que la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos del negocio. La mayoría si conocen la atención al cliente y si aplican la gestión de calidad. La totalidad de las micro empresas aceptan que la atención al cliente es fundamental para que los clientes regresen al negocio, utilizan la confianza como herramienta para brindar un servicio de calidad. La minoría de las micro y pequeñas empresas afirman que la atención personalizada y la rapidez de la entrega del producto influyen a un buen servicio de calidad. La mayoría de las micro empresas afirman que si tienen una buena atención al cliente y creen tener una baja calidad en la atención al cliente debido a que no existe una buena organización en sus trabajadores y afirman

que teniendo una buena atención al cliente logran tener clientes satisfechos. Se elaboró una propuesta de mejora con la finalidad de que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de casma, 2019, lo puedan implementar en sus negocios para que con ella logren realizar una buena gestión, mejoren continuamente y pueda posicionarse mejor en el mercado.

Como aporte a los microempresarios, se recomienda que aprovechen al máximo su tiempo de desarrollo en este campo, y también busquen la ayuda de profesionales capacitados en la gestión de la calidad y sus principales herramientas para implementarlos en el desarrollo de sus actividades. A los trabajadores que los capacitan para atender mejor a sus clientes, les brinden la confianza y el sentido de seguridad de ser una familia en pos de un solo objetivo, usen uniformes que pueden identificarse con la microempresa, la seguridad es para permitirles brindar un buen y entusiasta servicio al cliente, porque si los microempresarios cuidan a sus trabajadores, ellos cuidarán a sus clientes. El beneficio o valor agregado para cada consumidor es que obtendrá un trato personalizado, en el que se mostrará amabilidad, alegría y confianza, mejorar el aspecto de los platos, y brindarles durante el período de espera un bocadillo.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

- Capacitarse en temas de gestión y administrativa para poder aplicarlas en sus empresas para mejorar y seguir creciendo en este mercado con mayor demanda diaria, así mismo en temas de gestión de calidad y servicio al cliente para seguir manteniéndose en el mercado
- Buscar ayuda de profesionales en el tema que orienten mejor a sus trabajadores en cuanto a brindar una buena atención al cliente para que puedan tener la iniciativa de implementar un sistema de gestión de calidad y saber los beneficios que se obtienen a través de ellos.
- Implementar la propuesta de mejora elaborado el cual consiste en realizar capacitaciones de los representantes y trabajadores en técnicas y herramientas de gestión de calidad para una buena organización y desempeño en sus actividades para obtener mayores ganancias.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albildo, C. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la avenida Sánchez Carrión distrito del Porvenir, 2018*. (Tesis de pregrado). [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION\\_CLIENTE\\_ALBILDO\\_DOMINGUEZ\\_CRISTHIAN\\_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION_CLIENTE_ALBILDO_DOMINGUEZ_CRISTHIAN_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=)

Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. SCIELO. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0252-](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-)

Arias, A., Coreas, N., & Sánchez, E. (2016). Auditoria de calidad del servicio al cliente en cadena de restaurantes de comida rápida en el área metropolitana de san salvador” caso ilustrativo. (Tesis de pregrado). Universidad de El Salvador. El Salvador. <http://ri.ues.edu.sv/10225/1/TESIS%20AUDITORIA%20DE%20CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20EN%20CADENA%20DE%20RESTAURANTES%2025%20MAYO.pdf>

By Acon. (29 de enero del 2018). Importancia de la atención al cliente. [Mensaje de un Blog]. <https://www.atcom.cl/importancia-de-la-atención-al-cliente>

Bueno, M. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016* (tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228/GE>

STION\_DE\_CALIDAD\_EN\_LA\_ATENCION\_AL\_CLIENTE\_BUE  
NO\_MARTINEZ\_MICELI\_PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bussines y Consulting. (2016, 22 de febrero). ¿Por qué fracasan las pymes?  
Recuperado de: <https://www.businessconsulting.cl/por-que-fracasan-laspymes>

Calua, E. (2015). Formalización de la Micro y Pequeña Empresa y su efecto en  
el Desarrollo Económico. [Mensaje en un Blog].

<http://edwincaluavaldivia.blogspot.com/2015/08/facultad-de-cienciasempresariales-e.html>

Código de Ética para la Investigación (CEI). Resolucion 0973-2019-CU-  
ULADECH Catolica, 16 de Agosto del 2019. (ULADECH -  
CHIMBOTE).

<file:///C:/Users/HP/Downloads/codigo%20de%20C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>

Conceptodefinicion. (30 de julio del 2019). Definición de Atención al Cliente.

<https://conceptodefinicion.de/atencion-al-cliente/>.

Conexiónesan, (30 de enero del 2016). ¿Por qué implementar un sistema de  
gestión de calidad en tu empresa? [Mensaje de un blog].

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa/>

Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001)*. Editorial ICB.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5349794&query=gesti%C3%B3n%20de%20calidad>

Da Silva. (26 de agosto del 2018). Servicio al cliente. [Mensaje de un Blog].

<https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>

Da Silva. (D). Atención al cliente. Zendesk.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>

Deborah. (4 de julio del 2015). Definición de gestión. [Mensaje de un blog].

<https://www.definicion.co/gestion/>

Destino Negocio. (2016). 8 factores por los que fracasan el 90% de las pymes.

Recuperado de: <https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/8-factoresfracasan-90-pyme/>

Dirección General de Empleo. (2016). *Atención al Cliente: Funciones-Responsabilidades-Condiciones de Trabajo.*

[http://www.mtess.gov.py/application/files/6614/7620/6427/ATENCION\\_AL\\_CLIENTE.pdf](http://www.mtess.gov.py/application/files/6614/7620/6427/ATENCION_AL_CLIENTE.pdf)

El Espectador. (2018, 29 de octubre). ¿Por qué el 70% de las empresas en

Colombia fracasan en los primeros cinco años? Economía. Recuperado

de: <https://www.elespectador.com/economia/por-que-el-70-de-las-empresas-en-colombia-fracasan-en-los-primeros-5-anos-articulo>

El Herald. (2017). EL 25% de Mypes en Honduras cierran sus negocios.

<https://www.elheraldo.hn/pais/793852-435/25-de-mipymes-en-honduras-cierran-sus-negocios-por-culpa-de-la>

Emprendedores. (2019, 17 de julio). Emprender una pollería.

<https://emprendedores.tv.pe/negocio-como-emprender-una-polleria/>

Escandón, L. (2017). Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil. (Tesis de pregrado). Ecuador.¿ [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18362/1/Tesis-Leonardo-EscandonCalidad-deServicios.pdf?fbclid=IwAR1xOZSIPrUzGYHyyjyu6jdmZMRWy7CzklMALOC2PWKFvqs1JrWtV9vPUEmpresas\\_y\\_Managemet](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18362/1/Tesis-Leonardo-EscandonCalidad-deServicios.pdf?fbclid=IwAR1xOZSIPrUzGYHyyjyu6jdmZMRWy7CzklMALOC2PWKFvqs1JrWtV9vPUEmpresas_y_Managemet). (2015, 23 de febrero). Mipymes generan 1,6 millones de empleos en Nicaragua. <https://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/825020-30/mipymes-generan-16millones-de-empleos-en-nicaragua>

Escuela Europea de Excelencia, (16 de octubre del 2018). ¿Quiere saber lo que significa la gestión de calidad? [Mensaje de un Blog]. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>

Escuela Europea de Excelencia (25 de agosto del 2020). Gestión de calidad. [Mensaje de un Blog]. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>

FeelQuality. (12 de marzo del 2015). Barreras al implementar un sistema de gestión de calidad. [Mensaje de un blog]. <http://www.feelquality.es/barreras-al-implantar-un-sistema-de-gestión/>

Foromarketing.com. (3 de mayo del 2016). Tipos de clientes. <https://www.foromarketing.com/tipos-de-clientes-y-sus-caracteristicas/>

- Galeano, M. (2015). Clasificación de las microempresas. Abc color. <https://www.abc.com.py/edicionempresa/suplementos/escolar/clasificacion-de-las-microempresas1349341.html>
- Gestion.org. (2015). Casi La Mitad De Las Pymes Mexicanas Fracasan Por Una Mala Gestión. <https://www.gestion.org/casi-la-mitad-de-las-pymes-mexicanas-fracasan-por-una-mala-gestion/>
- Goodman, J. (2014). *Atención estratégica al cliente*. ¿Pluma Digital Ediciones. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5486850&query=atencion%2al%20cliente>
- Gómez, H. (2017, 08 de agosto). Solo El 3% De Las Pymes Cierra Por Falta De Capital. Recuperado de: <https://infonegocios.com.py/y-ademas-1/solo-el3-de-las-pymes-cierra-por-falta-de-cap>
- Índice, (s.f). ¿Qué sistemas de gestión de calidad existen actualmente? [Mensaje de un blog]. <https://www.indiceconsultoria.com/blog/que-sistemas-de-gestion-de-calidad-existen-actualmente>
- Izquierdo, R. (2017). 13 principios de atención al cliente. [Mensaje de un Blog]. <https://integriaims.com/atencion-al-cliente>
- Lasso, M. (2018, 26 de junio). Mipyme conforma el 96% del parque empresarial. Recuperado de: La Estrella de panamá. Recuperado de: <https://www.laestrella.com.pa/economia/180627/96-mipyme-parqueconform>
- Leandro, C. (2015, 27 de enero). Principales errores que genera la muerte de las pymes en Costa Rica. LAPRENSALIBRE.CR.

<http://www.laprensalibre.cr/Noticias/detalle/10146principales-errores-que-genera-la-muerte-de-las-pymes-en-costa-rica>

Ley 28015. *Ley De Promoción Y Formalización De La micro y Pequeña Empresa. Disposiciones Generales*, Perú, Lima, 3 de Julio del 2003.  
<http://normasapa.com/como-citar-referenciar-una-ley-usando-normas-apa/>

López, D. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. (Tesis de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Nueva Iso: 9001:2015, (25 de julio del 2015). Principios de la gestión de calidad [Mensaje de un Blog]. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-de-gestión-de-la-calidad/>

Nueva Iso: 9001:2015, (16 de octubre del 2018). ¿Quiere saber lo que significa la gestión de calidad? [Mensaje de un Blog]. <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestión-de-calidad/>

Pérez, L. (2016). *Gestión de calidad en el servicio al cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de villa rica, Oxapampa, Pasco, año 2016* (tesis de pregrado). ULADECH. Chimbote.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3180/GE-STION\\_CALIDAD\\_PEREZ\\_VELASQUEZ\\_LUZ\\_THALIA%20](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3180/GE-STION_CALIDAD_PEREZ_VELASQUEZ_LUZ_THALIA%20)

- Peru.travel. (2020, 1 de septiembre). Historia y receta del pollo a la brasa.  
<https://www.peru.travel/pe/masperu/esta-es-la-historia-y-receta-del-pollo-a-la-brasa>
- PQS: La Voz de los Emprendedores. (2019). Beneficios de formalizar a una mype. file:///C:/Users/TEMP/Downloads/guia-normas-apa-7-ed-2019-11-6.pdf
- Sánchez, B. (2014). Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria.  
<https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>
- Santana, X. (2018, 29 de septiembre). MYPYMES en la RD y su rol en la economía <https://acento.com.do/2018/opinion/8609603-mipymes-la-rd-rol-la-economia/?cn-reloaded=1>
- Siesquen, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017.* (Tesis de pregrado).  
Chimbote.[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11099/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_SIESQUEN\\_GARCIA\\_LIS\\_EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowe=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11099/GESTION_DE_CALIDAD_SIESQUEN_GARCIA_LIS_EDUARDO.pdf?sequence=1&isAllowe=y)
- Súper Intendencia Nacional de Aduanas y de Administración. (s.f). Micro y Pequeña Empresas – MYPE. Sunat.gob.pe.  
<http://cpe.sunat.gob.pe/micro-y-pequena-empresa-mype>
- Summa. (2015, 21 de julio). Diagnóstico de las PYMES en Centroamérica. Recuperado de: <https://revistasumma.com/diagnostico-de-las-pymes-encentroamerica/>

Yzaguirre, E. (2018). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. (Tesis de pregrado).  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ATENCION\\_AL\\_CLIENTE\\_YZAGUIRRE\\_VENTURA\\_ELIZABETH\\_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Valdizan, C. (2017, 27 de octubre). Empresarios y emprendedores. EL SIGLO.  
<https://elsiglo.com.gt/2017/10/27/empresarios-y-emprendedores>

Villacorta, H. (2018). *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*. (Tesis de pregrado).  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD\\_CLIENTE\\_VILLACORTA\\_AREDO\\_HILDER\\_EVER](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER)

**ANEXOS.**

**Anexo 1. Cronograma de actividades**

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>Año 2019</b>				<b>Año 2020</b>								<b>Año 2021</b>			
	<b>Semestre II</b>				<b>Semestre I</b>				<b>Semestre II</b>				<b>Semestre I</b>			
	<b>Mes</b>				<b>Mes</b>				<b>Mes</b>				<b>Mes</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
1. Elaboración del proyecto	x															
2. Revisión del proyecto por el jurado de investigación		x														
3. Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			x													
4. Exposición del proyecto al jurado de investigación				x												
5. Mejora del marco teórico					x											
6. Elaboración y validación del instrumento de recolección de información						x										
7. Elaboración del consentimiento informático							x									
8. Recolección de datos								x								
9. Presentación de resultados									x							
10. Análisis e interpretación de resultados										x						
11. Redacción del informe preliminar											x	x				
12. Redacción del informe final													x			
13. Aprobación del informe final														x		
14. Presentación de ponencia en presencia del jurado de investigación															x	
15. Redacción del artículo científico																x

## Anexo 2: Presupuesto

<b>PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE</b>			
<b>(Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
Suministros			
• Impresiones	13.00	1	13.00
• Fotocopias	6.00	1	6.00
• Empastado	10.00	1	10.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	6.50		6.50
• Lapiceros	3.00	1	3.00
Servicios			
• Uso del turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			138.50
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	5.00	4	20.00
Sub total			20.00
Total de presupuesto desembolsable			158.50
<b>Presupuesto desembolsable</b>			
<b>(Universidad)</b>			
Categoría			
Servicios			
• Uso de internet	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en Base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático	40.00	4	160.00
• Publicación del artículo en Repositorio institucional	50.00	1	50.00
• Pago de taller	1,700.00	1	1,700.00
Sub total			
Recurso humano			
• Asesoría personalizada	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total presupuesto no desembolsable			2,352.00
Total (S/.)			2,460.50

### Anexo 3: Cuadro de sondeo

N°	Nombre comercial	Actividad comercial	Giro	Dirección	Zona
1	Pollería “ San Martin”	Servicios	Pollería	AV Luis Ormeño	Casma
2	Pollería “ Waykiki”	Servicios	Pollería	AV Perú 828 Casco Urbano	Casma
3	Pollería “Que Ricocasma”	Servicios	Pollería y parrillas	Jr. Mejía y Mejía #122 (cerca de la plaza de armas)	Casma
4	Pollería “Anel”	Servicios	Restaurante Pollería	Panamericana Sur, 297	Casma
5	Pollería “Roky”	Servicios	Pollería	Avenida Perú	Casma
6	Pollería “El pollo Cupy”	Servicios	Pollería	Jirón Mejía N1-09, Casco Urbano N1-09, Casma 02661	Casma
7	Pollería “El Gordito”	Servicios	Pollería	198, Av. Bolívar 174	Casma
8	Pollería “El otro Lucerito”	Servicios	Pollería	Auxiliar Panamericana Nte. 51	Casma
9	Pollería “Rodrigo”	Servicios	Restaurante Pollería	Luis Ormeño 519	Casma
10	Pollería “La Choza ”	Servicios	Chifa -Pollería	Casma 02661	Casma
11	Pollería “Gallito de Oro”	Servicios	Pollería	Auxiliar Panamericana Nte. 1985	Casma
12	Pollería “Janeth”	Servicios	Pollería	Av. Luis Ormeño Mza. R1 lote. 9 (mercedes alta-frente al ovalo)	Casma
13	Pollería “Sebastián”	Servicio	Pollería	Av. Panamericana sur Mza. H1 lote. 12 casma zona este (al costado de grifo mesa)	Casma

## **Anexo 4: Cuestionario**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

#### **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro pollerías del Distrito de Casma, 2019. Para optar el título profesional de licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I. GENERALIDADES**

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

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

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

###### **2. Género**

- a) Masculino
- b) Femenino

###### **3. Grado de instrucción**

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

###### **4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

**5. Tiempo que desempeña en el cargo**

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

**1.2 REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.**

**6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**

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

**7. Número de Trabajadores**

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

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

**2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**  
**2.1. GESTIÓN DE CALIDAD**

**10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?**

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

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

- a) Benchmarking
- b) Empowerment
- c) La 5 s
- d) Outsourcing
- e) Otros

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

## **2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE**

**16. ¿Conoce el término atención al cliente?**

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

**20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda.**

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

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

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

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

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

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

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

## Anexo 5

### Hoja de tabulación

**Tabla 1.** *Característica de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, 2018.*

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
<b>Edad</b>	a)18-30 años	IIII III	9	69,23%
	b) 31-50 años	III	4	30,77%
	c)51-a mas		0	0%
	Total	IIII IIII III	13	100.00
<b>Genero</b>	a) Masculino	I	1	7,69%
	b) Femenino	IIII IIII II	12	92,31%
	Total	IIII IIII III	13	100%
Grado de instrucción	a) Sin instrucción		0	0%
	b) Educación básica	IIII I	6	46,15%
	d) Superior no universitario	IIII	5	38,46%
	e) Superior Universitario	II	2	15,39%
	Total	IIII IIII III	13	100%
Cargo que desempeña	a) Dueño	II	2	15,38%
	b) Administrador	IIII IIII I	11	84,62%
	Total	IIII IIII III	13	100%
Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años	IIII IIII	10	76,92%
	b) 4 a 6 años	III	3	23,08%
	c) 7 a más años		0	0%
	Total	IIII IIII III	13	100%

**Tabla 2.**

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, 2018.*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Tabulación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Tiempo de las mype en el rubro	a) 0 a 3 años	<b>III</b>	3	23.0%
	b) 4 a 6 años	<b>IIII III</b>	9	69.2%
	c) 7 a más años	<b>I</b>	1	7.69%
	Total	<b>IIII IIII III</b>	13	100%
Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	<b>IIII</b>	11	84.6%
	b) 6 a 10 trabajadores	<b>IIII I</b>	2	15.3%
	c) 11 a más trabajadores		0	0%
	total	<b>IIII IIII IIII IIII</b>	13	100%
Personas que trabajan en la empresa	a) Familiares	<b>IIII</b>	5	38.4%
	b) Personas no familiares	<b>IIII III</b>	8	61.5%
	Total	<b>IIII IIII III</b>	13	100%
Objetivos de la creación	a) Generar ganancias	<b>IIII IIII III</b>	13	100%
	b) Subsistencia		0	0%
	Total	<b>IIII IIII III</b>	13	100%

**Tabla 3.**

*Característica de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro pollerías del distrito Casma, 2018.*

Preguntas	Frecuencias	Tabulación	N	%
Conocimiento del termino gestión de calidad	a) Sí	IIII III	8	61.54%
	b) No	II	2	15.38%
	c) Tiene poco conocimiento	III	3	23.08%
	Total	IIII IIII III	13	100%
Conocimiento de técnicas de gestión calidad	a) Benchmarking		0	0%
	b) Atención al cliente	IIII	5	38.46%
	c) Empowerment		0	0%
	d) Las 5 s		0	0%
	e) Outsourcing		0	0%
	f) Otros	I	1	7.69%
	g) Ninguno		7	53.85%
	Total	IIII IIII III	13	100%
Dificultad de los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad	a) Poca iniciativa	IIII	5	38.46%
	b) Aprendizaje lento	II	2	15.39%
	c) No se adapta a los cambios	I	1	7.69%
	f) Desconocimiento del puesto	I	1	7.69%
	g) Otros	III	4	30.77%
	Total	IIII IIII III	13	100%
Técnica para medir el rendimiento de los trabajadores	Observación	IIII	5	38.46%
	Evaluación	III	4	30.77%
	Escala de puntuación	III	3	23.08%
	Evaluación de 360°		0	0%
	Otros	I	1	7.69%
	Total	IIII IIII III	13	100%

**Tabla 3.**

*Característica de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, 2018.*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Gestión de calidad en el rendimiento del negocio	a) Si	IIII IIII III	13	100.00
	b) No		0	0.00
	Total	IIII IIII III	13	100.00
La gestión de calidad alcanza los objetivos y metas de la empresa	a) Si	IIII IIII	9	69.23%
	b) No		0	0%
	c) A veces	III	4	30.77%
	Total	IIII IIII III	13	100%
Conocimiento del termino atención al cliente	a) Si	IIII IIII I	11	84.62%
	b) No	I	1	7.69%
	c) Tengo cierto conocimiento	I	1	7.69%
	Total	IIII IIII III	13	100%
Gestión de calidad en el servicio al cliente	a) Si	IIII III	8	61.54%
	b) No	I	1	7.69%
	c) A veces	III	4	30.77%
	Total	IIII IIII III	13	100%
Atención al cliente es fundamental	a) Si	IIII IIII III	13	23.08%
	b) No		0	61.54%
	Total	IIII IIII III	13	15.38%
Herramientas para un servicio de calidad	Comunicación	III	3	23.08%
	Confianza	IIII III	8	61.54%
	Retroalimentación	II	2	15.38%
	Ninguno		0	0%
	Total	IIII IIII III	13	100%

**Tabla 3.**

*Característica de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Casma, 2018*

<b>Preguntas</b>	<b>Repuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Factores de calidad de servicio	Atención personalizada	<b>IIII I</b>	6	46.15%
	Rapidez en la entrega de los productos	<b>IIII I</b>	6	46.15%
	Las instalaciones	<b>I</b>	1	7.69%
	Ninguno		0	0%
	Total	<b>IIII IIII III</b>	13	100%
Atención que brinda el cliente es	a) Buena	<b>IIII IIII I</b>	11	84.62%
	b) Mala	<b>II</b>	2	15.38%
	c) Regular		0	0%
	Total	<b>IIII IIII III</b>	13	100%
Porque se considera que se está dando una mala atención	a) No tiene suficiente personal	<b>III</b>	3	23.08%
	b) Por una mala organización de los trabajadores	<b>IIII IIII</b>	9	69.23%
	c) Si brinda una buena atención al cliente	<b>I</b>	1	7.69%
	Total	<b>IIII IIII III</b>	13	100%
Resultados de una buena atención	a) Clientes satisfechos	<b>IIII II</b>	7	53.85%
	b) Fidelización de los clientes	<b>II</b>	2	15.38%
	c) Posicionamiento de la empresa	<b>I</b>	1	7.69%
	d) Incremento de las ventas	<b>III</b>	3	23.08%
	Total	<b>IIII IIII III</b>	13	100%

## Anexo 6. CONSENTIMIENTO INFORMADO

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula "PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO POLLERIAS DEL DISTRITO DE CASMA, AÑO 2019" y es dirigido por CONGO GAVINO MARIA ISABEL, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Investigar acerca del grado de incidencia del Atención al cliente en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del distrito de casma, 2019.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de la Biblioteca virtual y Repositorio Institucional de la ULADECH. Si desea, también podrá escribir al correo: [escuela\\_administracion@uladech.edu.pe](mailto:escuela_administracion@uladech.edu.pe), para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: Lompo de Aiono Carlos Alfonso

Fecha: 20-08-20

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

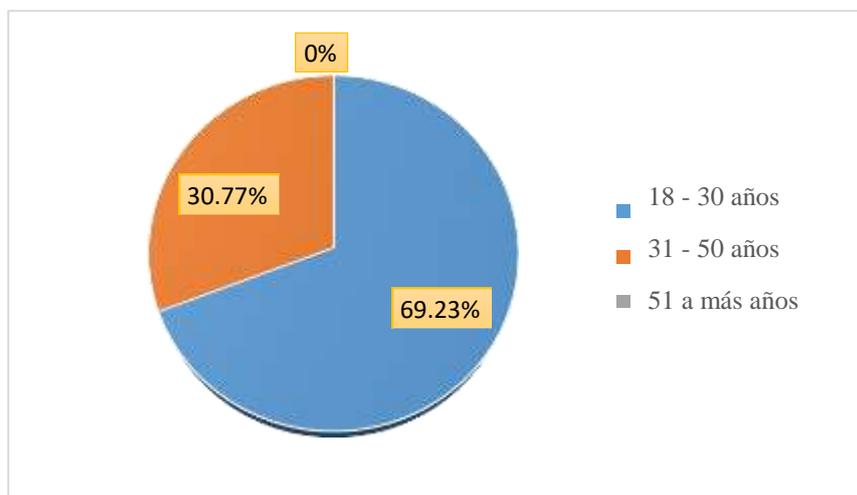
Aprobado 24-07-2020

CEI VERSION 023

## ANEXO 7.

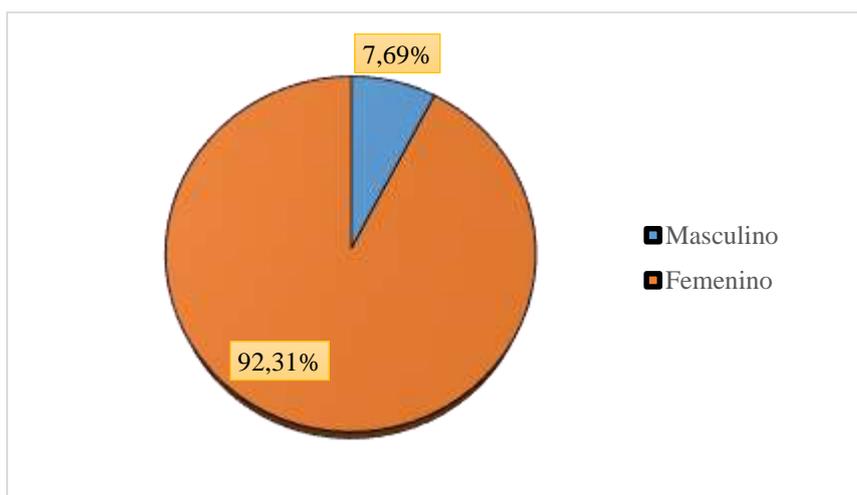
**Tabla 1**

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de casma, 2018.



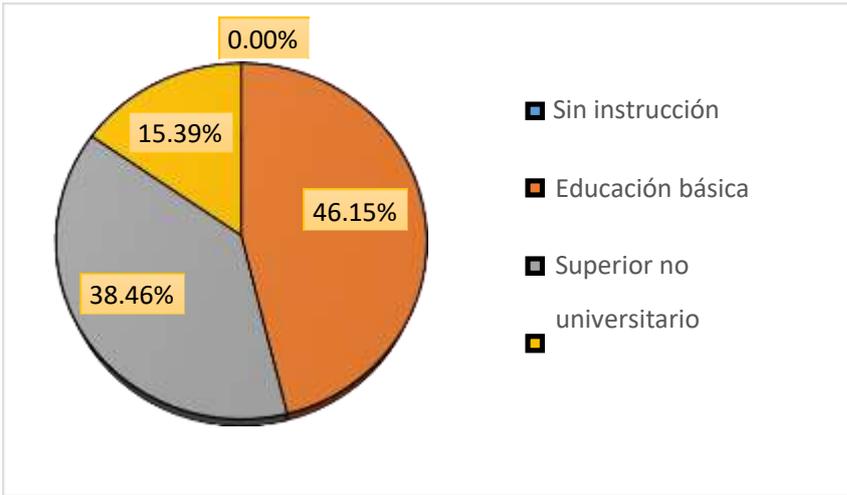
**Figura 1. Edad del representante**

**Fuente:** Tabla 1



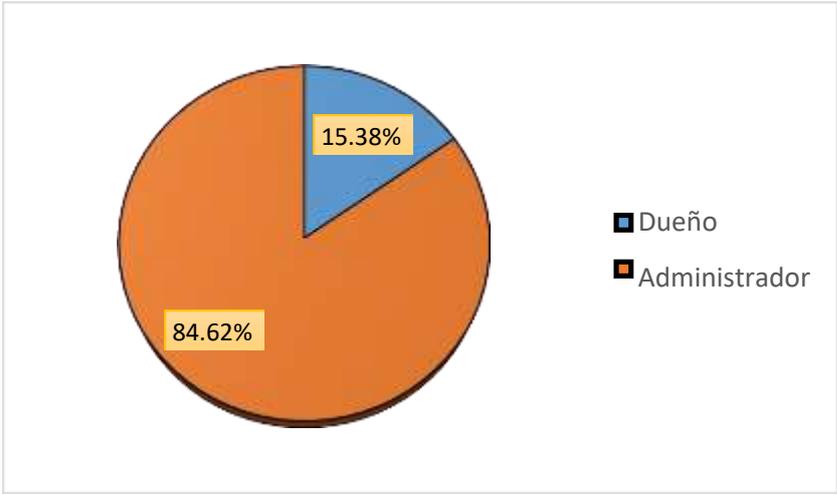
**Figura 2. Genero del representante**

**Fuente:** Tabla 1



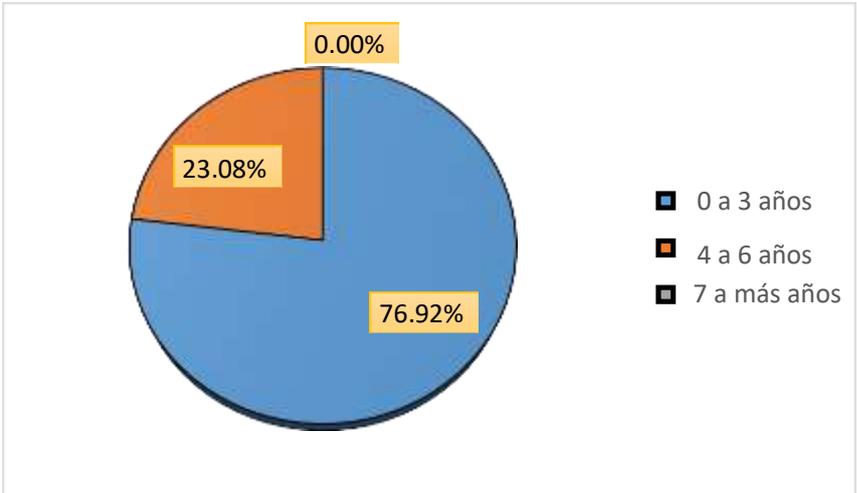
**Figura 3. Grado de instrucción**

**Fuente:** Tabla 1



**Figura 4. Cargo que desempeña**

**Fuente:** Tabla 1

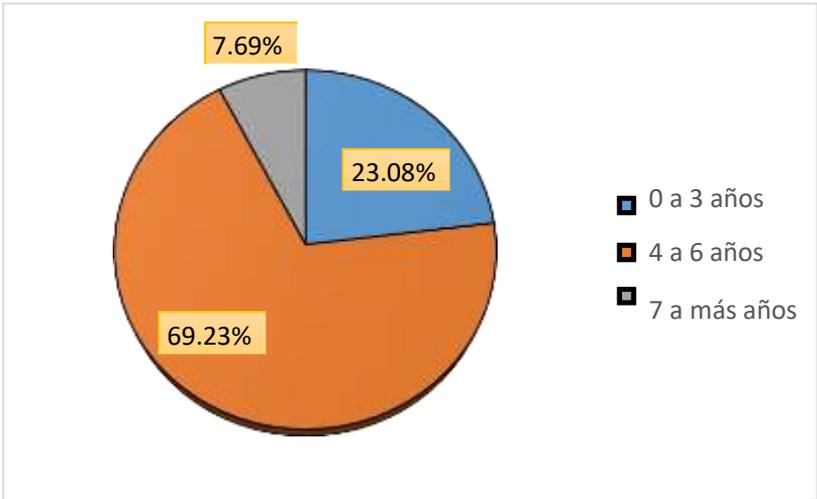


**Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo**

**Fuente:** Tabla 1

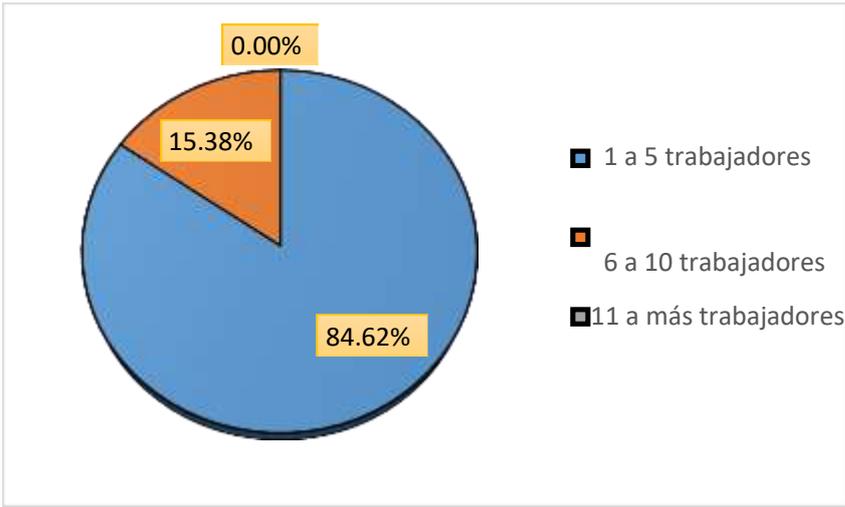
**Tabla 2**

Características de las micro y pequeñas del sector servicio, rubro pollerías en el distrito de Casma, 2018.



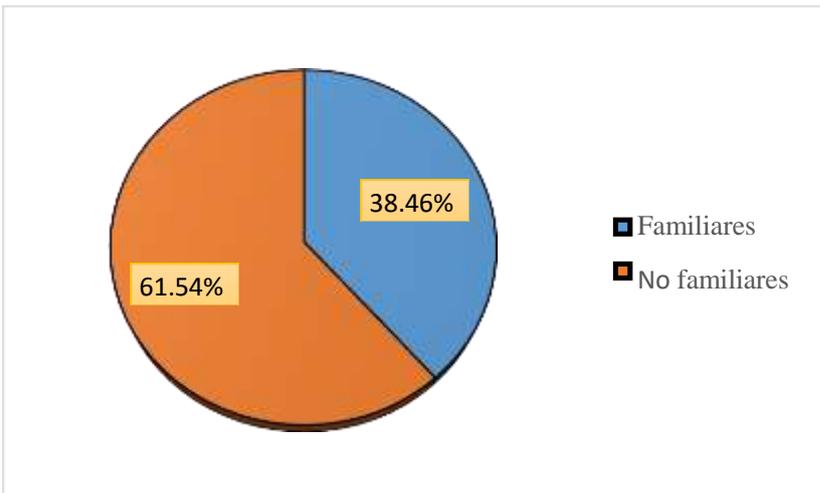
**Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa**

**Fuente:** Tabla 2



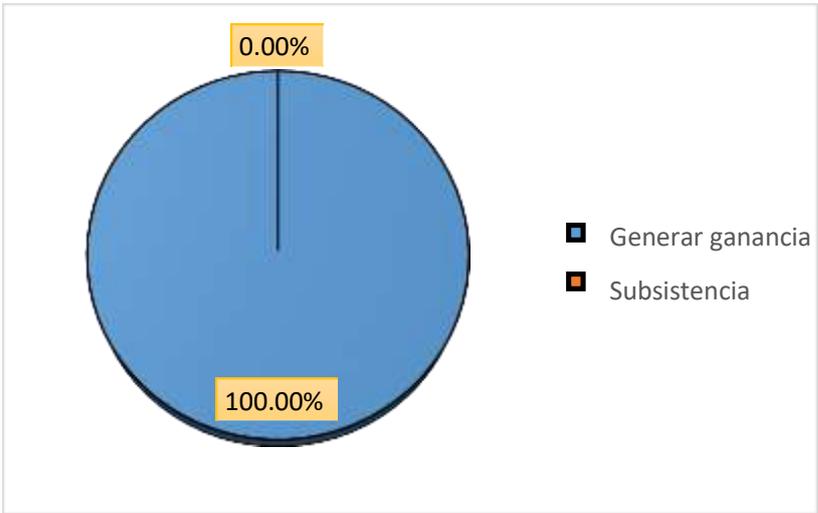
**Figura 7. Numero de colaboradores**

**Fuentes:** Tabla 2



**Figura 8. Personas que trabajan en la empresa**

**Fuente:** Tabla 2

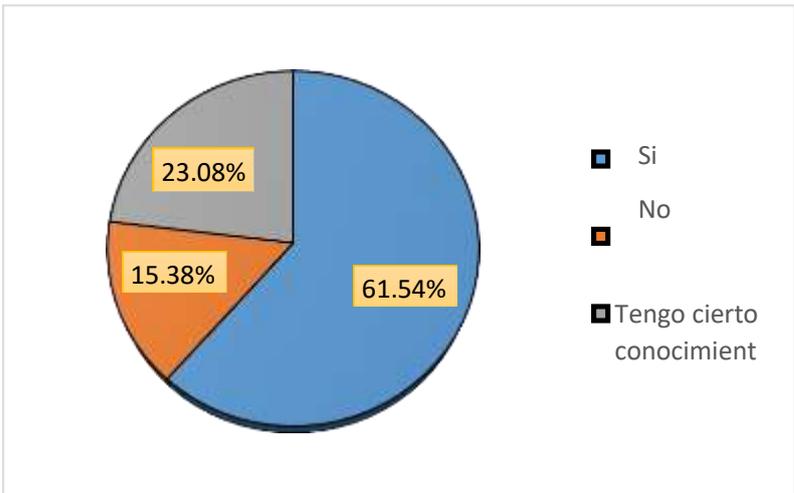


**Figura 9. Objetivo de creación de la empresa**

**Fuente:** Tabla 2

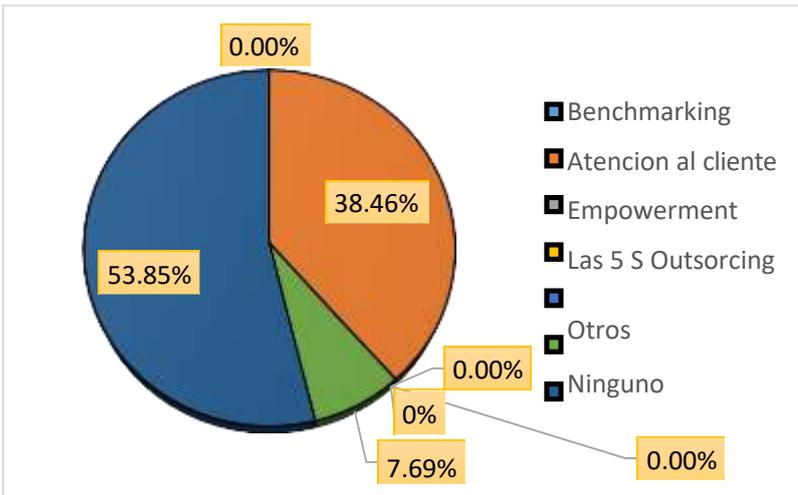
**Tabla 3**

**Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, 2018.**



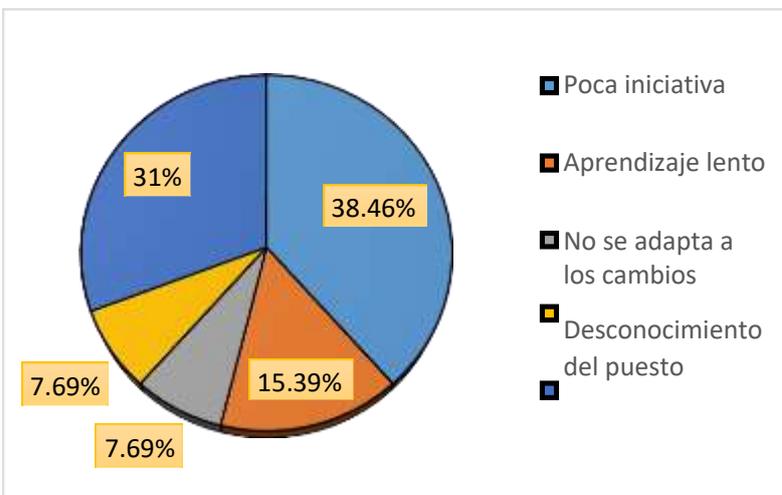
**Figura 10. Conocimiento del termino de gestión de calidad**

**Fuente:** Tabla 3



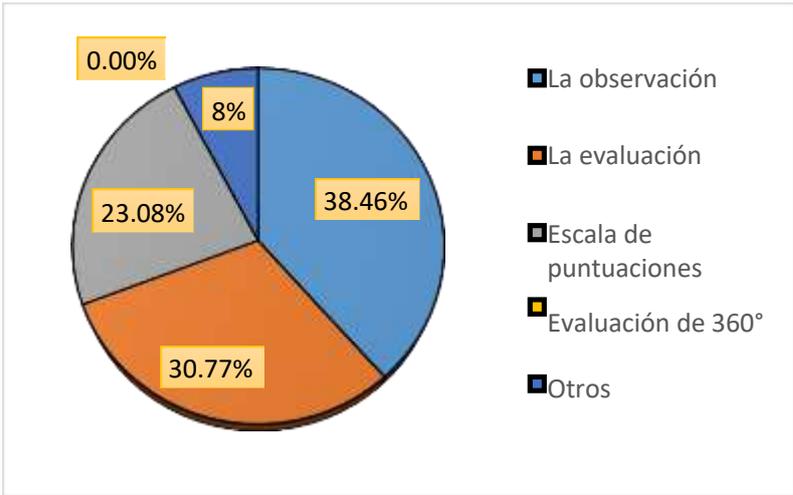
**Figura 11: Tecinas modernas de la gestión de calidad**

**Fuente:** Tabla 3



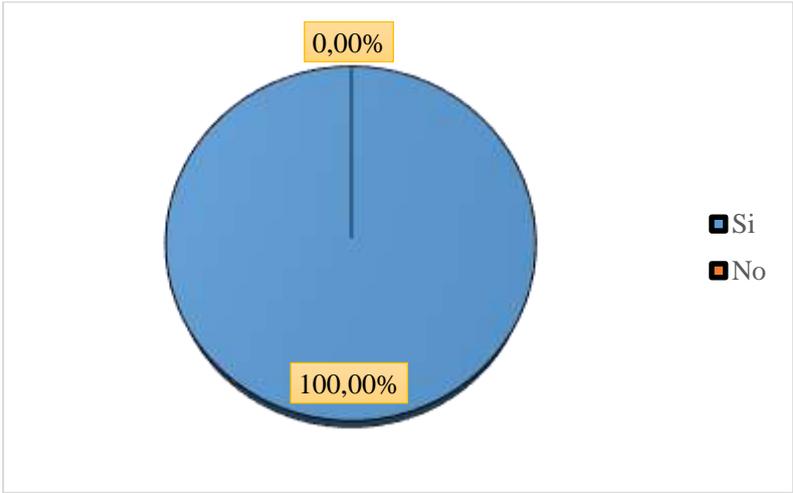
**Figura 12. Dificultades para implementar la gestión de calidad**

**Fuente:** Tabla 3



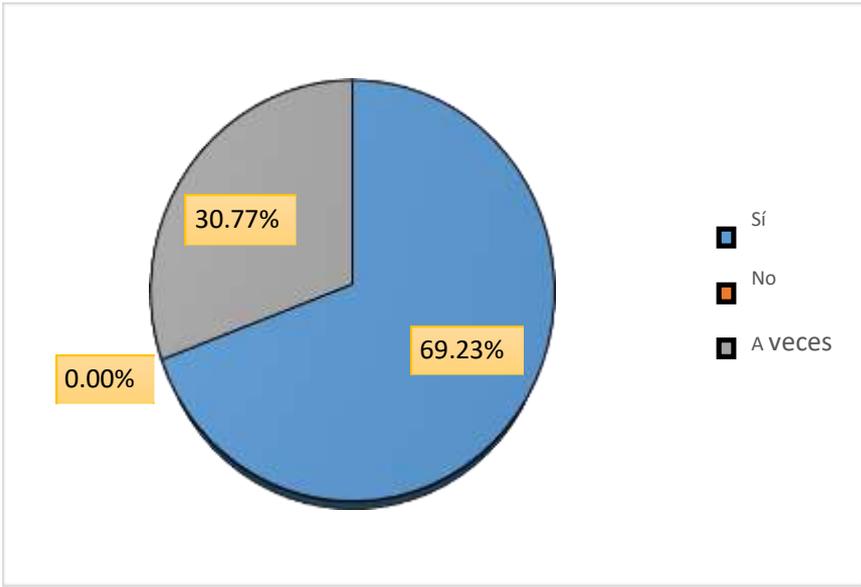
**Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento**

Fuente: Tabla 3



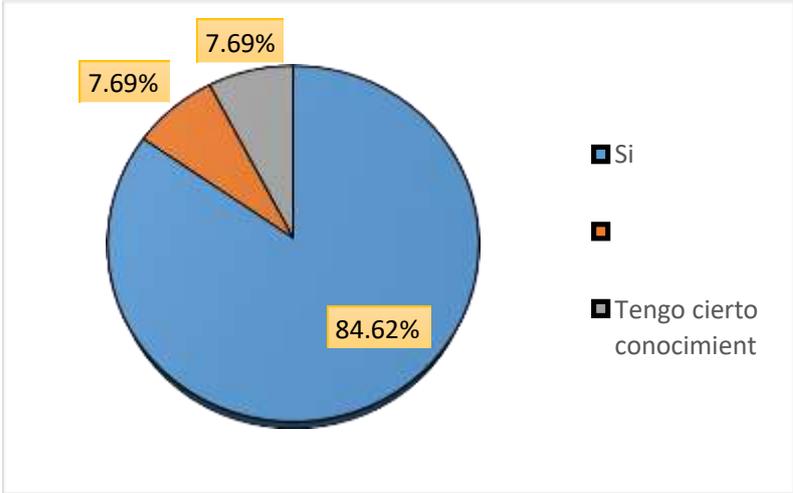
**Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento**

Fuente: Tabla 3



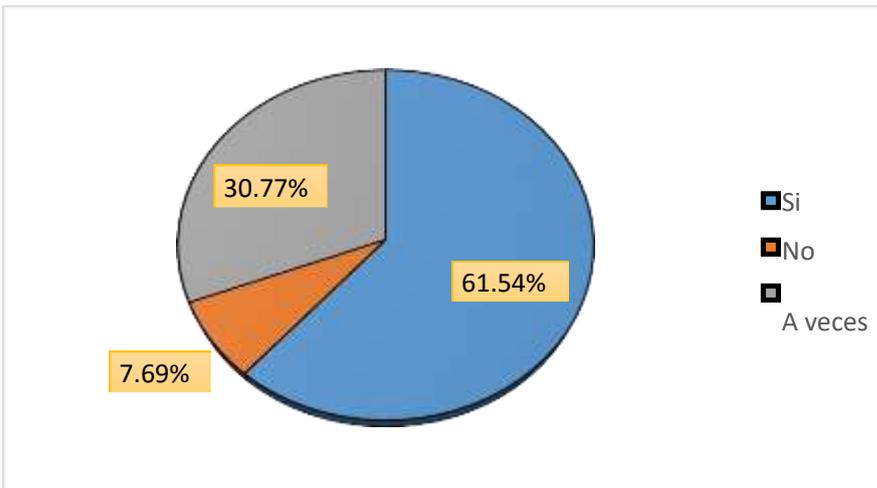
**Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos de la empresa**

Fuente: Tabla 3



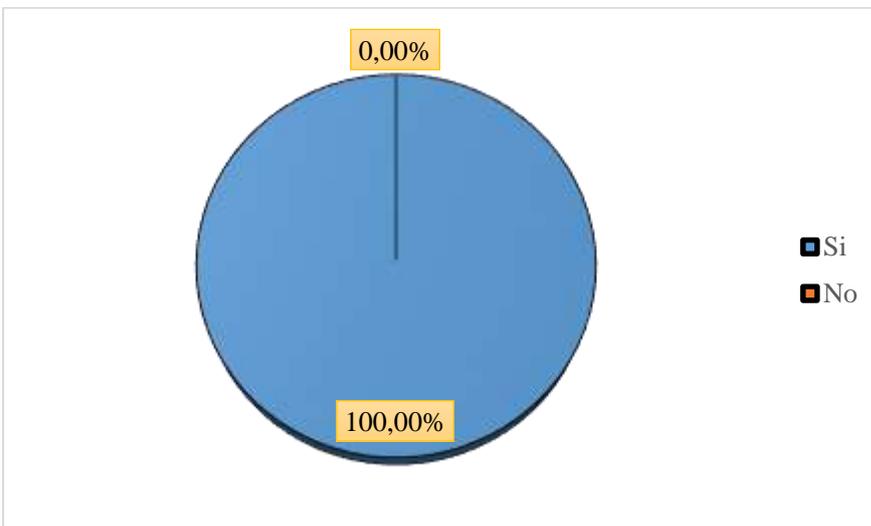
**Figura 16. Conocimiento de la atención al cliente**

Fuente: Tabla 3



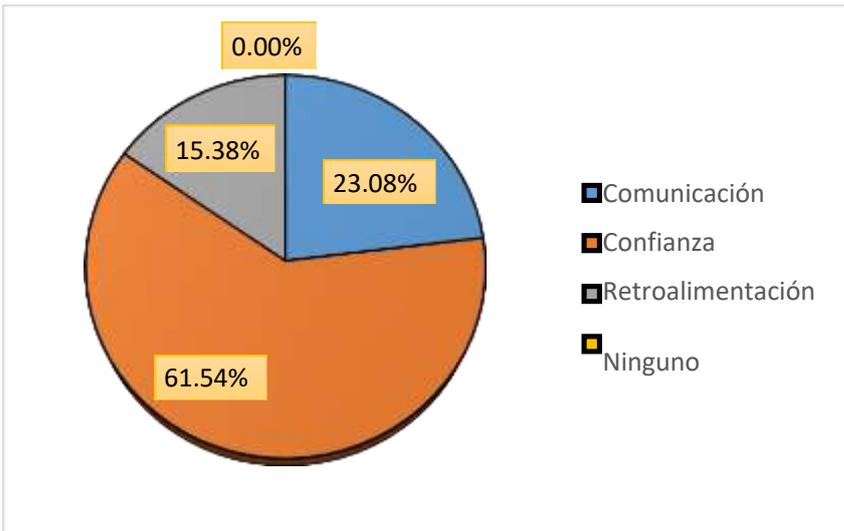
**Figura 17. Aplican la gestión de calidad en los servicios que brinda la empresa**

**Fuente:** Tabla 3



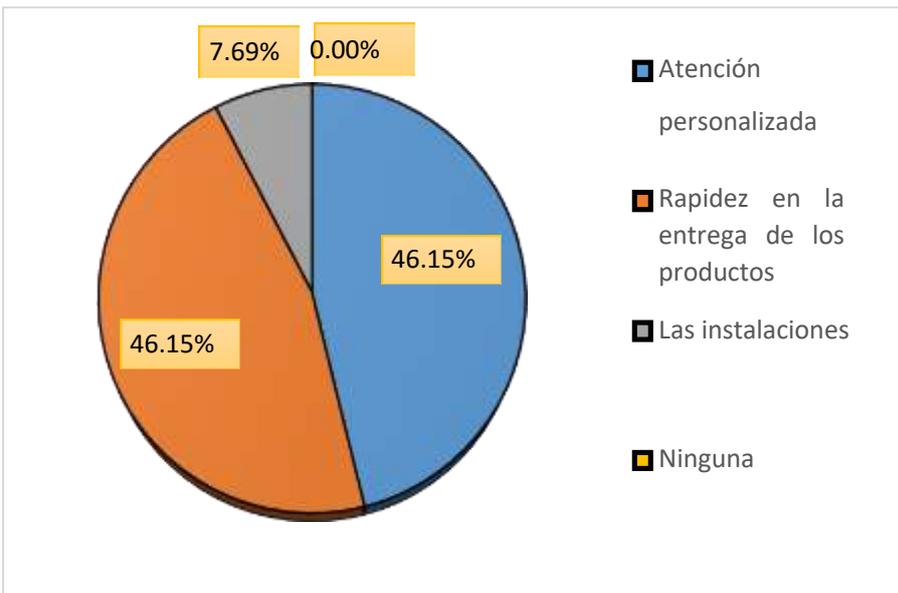
**Figura 18. La atención al cliente es fundamental**

**Fuente:** Tabla 3



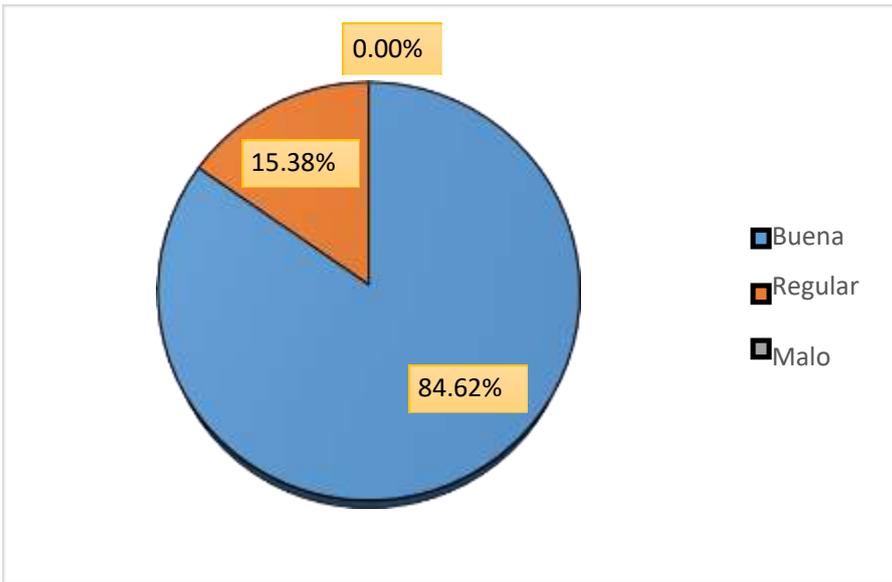
**Figura 19. Herramientas que usan para un servicio de calidad**

**Fuente:** Tabla 3



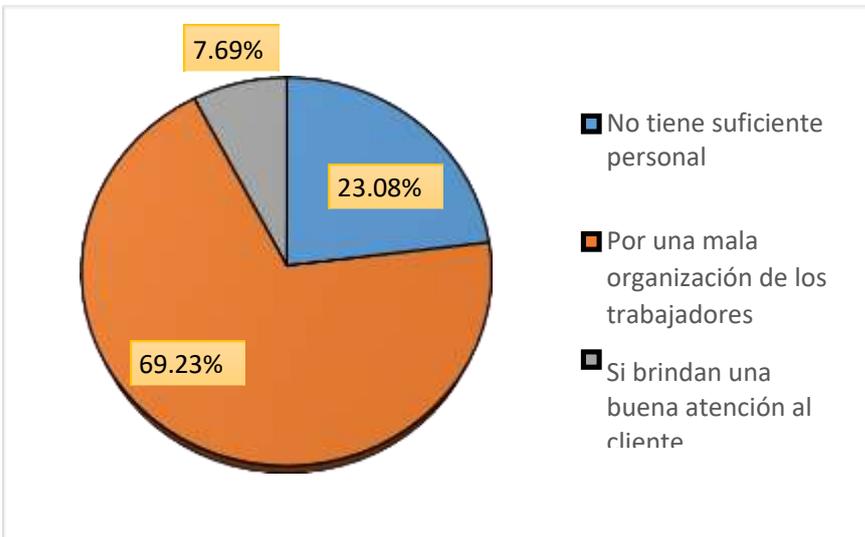
**Figura 20. Principales factores que influyen a una buena calidad de servicio**

**Fuente:** Tabla 3



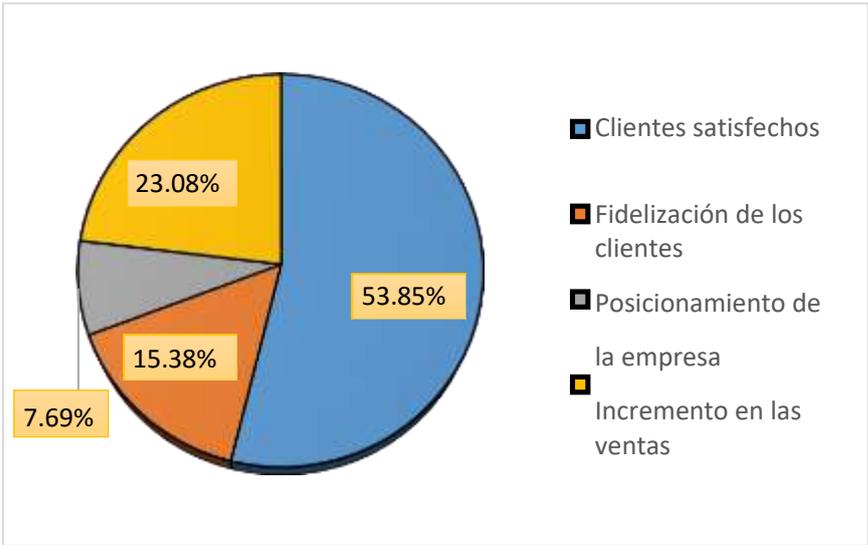
**Figura 21. La atención a los clientes**

**Fuente:** Tabla 3



**Figura 22. Causas de una mala atención al cliente**

**Fuente:** Tabla 3



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

**Fuente:** Tabla 3