



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 EN LA GESTIÓN
DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO PARRILLAS EN LA
ZONA CÉNTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2019

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

AUTORA

VÁSQUEZ ALARCÓN, NICOLE DANIELA

ORCID: 0000-0002-3081-5505

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Vásquez Alarcón, Nicole Daniela

ORCID: 0000-0002-3081-5505

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

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Salinas Gamboa, José German

ORCID:0000-0002-8941-0751

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Rosillo de Purizaca, María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Salinas Gamboa, José German

ORCID:0000-0002-8941-0751

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios
por haberme dado la sabiduría, la
fuerza y la confianza para poder
terminar este trabajo de investigación
con satisfacción.

A mis hermanos por haberme
brindado su apoyo en todo momento
a lo largo de toda mi carrera, la
confianza que depositaron en mí para
poder culminar éxito este trabajo de
investigación.

A todos los docentes que me
ayudaron con este gran reto, les
agradezco por toda la paciencia y
toda la enseñanza transmitida en este
tiempo.

DEDICATORIA

A Dios que me ha permitido avanzar
todos estos años ante los obstáculos
que se me han atravesado en el
camino, guiándome, protegiéndome
y bendiciéndome en todo momento.

A mis padres que, a pesar que ya no
estén conmigo me supieron inculcar
buenos valores y guiarme por el buen
camino hasta el último momento que
estuvieron conmigo para poder ser
una persona responsable y cumplir
con todos los objetivos propuestos.

A mis hermanos que me apoyaron en
todo momento cuando más los
necesite y aconsejándome de seguir
firme hasta cumplir mis metas

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 servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019. La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo-de propuesta, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 45.45% de los representantes tienen de 31 a 50 años de edad, el 54.55% de los encuestados tienen grado superior no universitario, el 63.64% de los representantes tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, el 81.82% de los representantes aplican el benchmarking como técnica moderna, el 81.82% de los representantes sí conocen el término atención al cliente, el 72.73% brindan una atención regular y 81.82% de los representantes consideran que la atención al cliente es fundamental para que los clientes regresen. La investigación concluye que la mayoría de los representantes son de edad adulta, que tienen grado superior no universitaria, por lo que tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, la mayoría de los representantes conocen el benchmarking como técnica moderna, sí conocen el término atención al cliente, pero brindan una atención regular, sin embargo, piensan que una buena atención al cliente es fundamental para que estos regresen.

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

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine if the improvement of customer service as a relevant factor allows quality management in micro and small companies in the service sector, grills in the downtown area of the Chimbote district, 2019. The research was of Non-experimental-transversal-descriptive-proposal design, for the collection of the information a sample population of 11 micro and small companies was used, using the survey technique and as an instrument a questionnaire of 23 questions, obtaining the following results: 45.45% of the representatives are between 31 and 50 years old, 54.55% of the respondents have a non-university higher degree, 63.64% of the representatives have little knowledge of the term quality management, 81.82% of the representatives apply benchmarking As a modern technique, 81.82% of the representatives do know the term customer service, 72.73% provide regular attention and 81.82% of reps believe that customer service is essential for customers to return. The research concludes that the majority of the representatives are of adult age, that they have a non-university higher degree, so they have little knowledge of the term quality management, most of the representatives know benchmarking as a modern technique, they do know the term attention but they provide regular customer service, however, they think that good customer service is essential to keep them coming back.

Key Words: Attention, quality, client, management, micro-businesses.

CONTENIDO

1. TITULO.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
3. FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
4. AGRADECIMIENTO.....	iv
5. RESUMEN	vi
6. CONTENIDO	viii
7. ÍNDICE DE TABLAS	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	8
III. HIPÓTESIS	46
IV. METODOLOGÍA.....	47
4.1. Diseño de la investigación.....	47
4.2. Población y muestra	48
4.3. Definición y operacionalización de las variables	49
4.4. Técnicas e instrumentos	55
4.5. Plan de análisis	55
4.6. Matriz de consistencia	56
4.7. Principios éticos.....	58
V. RESULTADOS	59
5.1. Resultados.....	59
5.2. Análisis de los resultados	65
VI. CONCLUSIONES.....	90
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	92
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93
ANEXOS.....	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.	59
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.	60
Tabla 3. Características en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeña empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.....	61
Tabla 4: 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 parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.....	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	115
Figura 2. Género	115
Figura 3. Grado de instrucción	116
Figura 4. Cargo que desempeña.....	116
Figura 5. Tiempo que se desempeña en el cargo	117
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro	117
Figura 7. Número de trabajadores.....	118
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son	118
Figura 9. Objetivo de creación de la empresa.....	119
Figura 10. Conocimiento del término de gestión de calidad	119
Figura 11. Técnicas modernas que conoce de la gestión de calidad.....	120
Figura 12. Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad	120
Figura 13. Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal	121
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	121
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzas los objetivos y metras trazadas	122
Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente	122
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	123
Figura 18. La atención al cliente es fundamental	123
Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad.....	124
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda.....	124
Figura 21. La atención que brinda al cliente es	125
Figura 22. Razón por la que se da una mala atención.....	125
Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente	126

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental en el Perú y a nivel mundial, debido a que generan el 85% de empleo a nivel nacional, por otro lado, aportan el 40% del PBI (Palacios, 2018).

A pesar de que estas micro y pequeñas empresas son el impulso para reducir la pobreza e impulsar la economía, muchas de ellas tienen problemas de gestión de calidad en atención al cliente, esto debido a que los servicios o productos que ofrecen no satisfacen las necesidades de los clientes, porque los trabajadores no se sienten motivados y no tienen la información adecuada de cómo tratar a un cliente, en algunas oportunidades hay trabajadores que no se saben organizar para la situación presentada creando incomodidad en los clientes y como consecuencia se empieza a notar la mala gestión de calidad en atención al clientes.

Pero este problema no solo es a nivel nacional sino también a nivel internacional por mencionar.

En República dominicana el 98% representan las micro, pequeñas y medianas empresas, generando 54.44% de empleo y aportando un 38.6% al PBI. Siendo las organizaciones importantes en el país para que este siga desarrollándose favorablemente, hay muchas que cierran debido a los problemas de informalidad que atraviesan, por otro lado, no tienen el suficiente conocimiento de cómo gestionar una empresa, trayendo como consecuencias el no aplicar estrategias oportunas, no tener un personal con los conocimientos necesarios (Santana, 2018).

En Nicaragua hay 180,000 MYPYME, el 52% de estas son micro y pequeñas empresas, las MYPYME generan a la población el 84% de empleos aportando el 45% al PIB. En este país muchas empresas son dirigidos por los mismos dueños siendo el problema principal, ya que, hay personas que no están orientados, ni capacitados para que puedan tomar el control total de una empresa, como consecuencia se evidencia el no poder gestionar exitosamente una empresa con calidad, tomando decisiones erróneas, no tener una buena organización tanto jefes como trabajadores al momento de relacionarse con los clientes, en otros casos la problemática se centra en que los dueños deciden desentenderse abandonando el cargo, y que la responsabilidad caiga sobre otras personas, teniendo que adaptarse al manejo de la empresa, llevando un debido proceso trayendo perdidas de clientes y ganancias por el hecho de la adaptación (Baca, 2017).

En España hay una gran población de pequeñas y medianas empresas, sin embargo, muchas de ellas tienen dificultades al momento de gestionar las organizaciones, debido a que no implementan herramientas adecuadas que les ayude a mejorar continuamente, no cumplen con los estándares de calidad, no se planifican y no se proyectan para un futuro, se conforman con los resultados actuales y no aspiran el querer superarse, por otro lado, presentan problemas en el área de atención al cliente, puesto a que el personal que fue seleccionado no están debidamente orientados sobre el puesto, sin embargo, cabe resaltar que no todas las micro y pequeñas empresas presentan el mismo problema, hay organizaciones que si brindan una buena atención y satisfacen las necesidades de los clientes (Mata 2016).

En México las microempresas son de suma importancia puesto que general una fuerte cantidad de empleo para los pobladores aportando de esta manera al crecimiento y

desarrollo económico del país, sin embargo, no pueden desarrollarse satisfactoriamente por el problema que no todas cuentan con una buena gestión de calidad dentro de ellas y no ponen de su esfuerzo para llevar capacitaciones teniendo como beneficio el poder estar más informado para que puedan aplicar estrategias de calidad, implementar herramientas que les permita día a día mejorar en el mercado nacional e internacional, trayendo como consecuencia una atención deficiente hacia los clientes, ocasionando que estas personas prefieran ir a otro lugar para adquirir lo que desea (Empresas, negocios, Pymes, 2016).

En Colombia a pesar de que las micro, pequeñas y medianas empresas son muy importantes, solo un pequeño porcentaje logra mantenerse en el mercado, debido a que las demás empresas tienen problemas al momento de aplicar la gestión o estrategias de gestión lo que trae dificultad que estas sigan desarrollándose favorablemente, además existen problemas en la atención que brindan a sus clientes al momento de realizar la compra del producto, en ciertas ocasiones los trabajadores no están capacitados y por ende no están informados con exactitud del producto o servicio que estos ofrecen, generando incomodidad e insatisfacción en los clientes, cabe resaltar que no todos los negocios tienen estos problemas (Santa, 2016).

En Argentina, el problema principal que existe y que causa molestia a los clientes de diferentes microempresas es que su atención es deficiente a comparación de la atención de otros estados, debido a que no tienen la atención al cliente como principal herramienta para que los clientes queden satisfechos, del mismo modo se le presentan dificultades por no utilizar herramientas de gestión de calidad que les ayude a brindar un servicio eficiente y adecuado a los clientes, de tal modo que estos opten por reclamar en otras sucursales,

no teniendo respuesta rápida y generando así que para una próxima vez vayan a adquirir productos o servicios a otros establecimientos (Paulisse, 2015).

En Chile las pequeñas y medianas empresas representan el 99% de las empresas, presentándose en estos diversos problemas con el tema de la gestión de calidad, debido a que algunos representantes no tienen el debido conocimiento de cómo aplicar técnicas para midan el rendimiento del personal, visualizan sus objetivos solo a corto plazo y falta la contratación de administradores que sepan muy bien los procesos o las decisiones que se debe tomar para una buena gestión ante sus competidores, de igual manera, tienen problemas en la atención que brindan a los clientes debido a que no utilizan técnicas modernas sobre la atención al cliente, esto hace que los trabajadores brinden un servicio de baja calidad (Luco, 2018).

En el Perú, las micro y pequeñas empresas desarrollan un rol fundamental, ya que estas son las generadoras de empleo para la población reduciendo así la pobreza, sin embargo, estas empresas presentan diversos problemas en la gestión de calidad en la atención al cliente, en muchos casos hay mala organización de los trabajadores y no se adaptan a los cambios debido a que antes no reciben capacitaciones, ni son orientados por sus representantes, así mismo no son motivados, el trabajo lo hacen porque lo tienen que hacer y no por que en verdad les apasione hacerlo, trayendo como consecuencia mala imagen a la empresa, clientes insatisfechos, produciendo que estos clientes vayan a otros establecimientos en otra oportunidad (Ochoa, 2018).

En la zona céntrica del distrito Chimbote en donde se desarrolló este trabajo de investigación hay micro y pequeñas empresas que presentan diversos problemas al momento de realizar una buena gestión debido a que no tienen suficientes conocimientos

de cómo aplicar estrategias y no todas las empresas llegan a desarrollarse en un 100%, por otro lado también existen problemas en la atención que brindan a los clientes, debido a que el personal no tiene una buena organización y en muchas ocasiones no tratan bien a los clientes, generando insatisfacción y prefieren ir a adquirir productos o servicios a otros lugares perdiendo ganancias y clientela.

Por lo expuesto, el enunciado de la problemática de investigación es el siguiente:

¿La mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019 y para cumplir el objetivo general se han planteado los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019, describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019, determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019, elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevantes en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

La investigación se justificó porque ayudo a los representantes de las MYPE a saber mejor que es una gestión de calidad para que puedan proponer estrategias y de esta manera brindar una buena atención con el objetivo de que la organización pueda tener mayores ganancias y clientes satisfechos.

Asimismo, se justificó porque nos permitió conocer a nosotros como estudiantes los factores que ocasionan la inestabilidad o los posibles quiebres de las empresas para que, de esta manera al momento de trabajar en una empresa sepamos aplicar estragias de gestión de calidad, de esta manera tener una mejor atención al cliente y poder ser empresa competitiva en el mercado.

La investigación finalmente se justificó porque servirá para futuras investigaciones sobre cómo aplicar una buena gestión de calidad de la atención al cliente en las MYPE.

La metodología que se utilizó en el proyecto de investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta. Fue no experimental porque no se manipulo deliberadamente a la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019. Fue transversal porque se desarrolló en un espacio determinado, teniendo un inicio y un fin. Fue 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. Fue de propuesta porque se elaboró una propuesta de mejora para poder solucionar los problemas identificados en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito

Chimbote, 2019.

Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, utilizando la técnica de la encuesta y aplicando como instrumento el cuestionario que consta de 23 preguntas estructurado en 3 partes: dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas, referente a las micro y pequeñas empresa y referente a la gestión de calidad y la atención al cliente.

Llegando a obtener los siguientes resultados: El 45.45% de los representantes tienen de 31 a 50 años de edad, el 54.55% de los encuestados tienen grado superior no universitario, el 63.64% de los representantes tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, el 81.82% de los representantes aplican el benchmarking como técnica moderna, el 81.82% de los representantes sí conocen el termino atención al cliente, el 72.73% brindan una atención regular y 81.82% de los representantes consideran que la atención al cliente es fundamental para que los clientes regresen. La investigación concluye que la mayoría de los representantes son de edad adulta, que tienen grado superior no universitaria, por lo que tienen poco conocimiento del termino gestión de calidad, la mayoría de los representantes conocen el benchmarking como técnica moderna, sí conocen el termino atención al cliente, pero brindan una atención regular, sin embargo, piensan que una buena atención al cliente es fundamental para que estos regresen.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Antecedentes internacionales

Arias, Coreas y Sánchez (2016) en su proyecto de investigación *Auditoría 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, y planteo los siguientes objetivos específicos: conocer el público meta, al cual se realizará la auditoría de calidad del servicio al cliente por medio de una segmentación de los 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 permitirá 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 de la auditoría de calidad del servicio al cliente. Sugerir a las cadenas de restaurantes por medio de los resultados de la auditoría 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. La investigación fue de 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 llegando a conclusiones empíricas sacadas de la experiencias 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 dirigidas a los clientes: el 54% pertenecen al género masculino, el 43% pertenece a un rango de 26 a 35 años, el 52% de las personas encuestadas realizaron su visita con niños, el 50% calificó 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 es 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 de tomaba su orden, el 55% durante de la atención que recibió una propuesta conveniente el 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 sonidos 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 los precios que ofrecen los restaurantes de comida rápida son los adecuados, el 70% probablemente recomendaría el restaurante de comida rápida que visitó, el 58% dijo que probablemente volvería a visitarlo. Respecto a la encuesta dirigida a colaboradores y representantes: el 66% de empleados calificaron las instalaciones donde trabajan como muy bueno, el 80% de los 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 buena, 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, 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, el 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 que 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, el 21% reciben incentivos motivaciones como uniforme con el cual 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, el 51% indicaron agradecer, pedir disculpas, solucionar el problema y escuchar in interrumpir. Al terminar, la investigación concluye se concluye de la siguiente manera: la mayoría de clientes, así como empleados califican las instalaciones de los restaurantes de comida rápida en condiciones idóneas, con dimensiones merchadising 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 confianza en sus jefes inmediatos y compañeros de trabajo, un porcentaje menor

indico no recibir los suficientes incentivos motivaciones y reflejaron insatisfacción con el salario que reciben por sus labores.

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 planteó los siguientes 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 los restaurantes, 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 resultado: 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 con el servicio del establecimiento como indiferente y malo, el 78% sostuvo que 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 esperó mucho tiempo su producto, el 63% afirmó 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 de 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 indico que no reciben trato amable y algunos respondieron que a veces. Se puede decir que este resultado no cumpliría los parámetros de satisfacción al cliente.

Reyes (2014) en su trabajo de investigación *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, sede Huehuetenango*, tuvo como objetivo general: Verificar si la calidad del servicio aumentan la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango y planteó los siguientes objetivos específicos: implementar una capacitación de calidad del servicio en asociación SHARE. Identificar qué características tienen un servicio de calidad según el coordinador de la asociación SHARE, Identificar la calidad percibida por los clientes internos y externos, antes y después de la implementación de la capacitación de calidad del servicio. Medir el nivel de satisfacción de los clientes, antes y después de la implementación de la capacitación de calidad del servicio y verificar qué métodos utilizan para medir la satisfacción del cliente. Verificar que métodos de retención de clientes utilizan en la asociación SHARE y si son los adecuados. Identificar de qué forma fortalecen la cultura de servicio en asociación SHARE. La investigación fue de diseño experimental y el instrumento que se utilizó para recopilar la información, en este caso se utilizaron encuestas y entrevista, obteniendo los siguientes resultados: la presentación de resultados de clientes: el 72% calificaron la calidad del servicio como buena, el 46.89 % indicaron que les atendieron con amabilidad desde el momento que ingresaron, el 47% está de acuerdo con el tiempo de espera, el 62% expresó que es muy importante la rapidez en el servicio, en la relación al parqueo el 77% respondieron que están insatisfechos, el 38.24% expresan una satisfacción del servicio recibido, porque se proporciona información concreta, precisa y eficiente. Resultados

dirigida a los colaboradores: el 54.55% indican que la calidad del servicio es dar un buen servicio al cliente, el 100% afirmaron que siempre trabajan a favor de las metas, el 100% indica que sí evalúan el desempeño de la calidad de servicio que ofrecen, el 61.11% manifiestan que sí evalúan el desempeño de la calidad del servicio por medio de las entrevistas a clientes internos mensualmente, el 81.82% indico que algunas veces hay apertura para consultas y retroalimentación, el 23.53% indicó que el medio que utilizan para comunicarse es en electrónico, el 63.64% afirman que siempre cumplen con las expectativas que los clientes buscan, el 81.82% considera que sí utilizan las formas adecuadas para motivar ya que velan por el bienestar de sus clientes y externos, el 40% indicó que se basan para darles incentivos en la calidad del servicio, el 90.91% indicó que sí recibió entrenamiento para tratar a los clientes, el 63.64% indicó que los aspectos que son necesarios es la capacitación sobre la calidad de servicio, el 72.73% indico que reciben cursos de capacitación cada 6 meses, el 38.89% manifestó que el tema de capacitación el colaborador lo sugiere, el 100% indico que el ambiente de trabajo es agradable, el 100% afirmo que cuenta con todo lo necesario para poder desarrollar sus actividades, el 81.82% indicó que ha atendido a clientes difíciles, el 45% indicó que analiza la situación antes de hablar, el 100% manifestó que la calidad percibida por los clientes es adecuada, el 45.45% menciona que hace sentir útil al trabajador mediante la mejora del desempeño, el 54.54% menciona que de cierta manera compromete a que el servicio brindado siempre sea el adecuado, el 72.73% manifiesta que sí lo han utilizado y que de cierta manera les recuerda como debe ser el servicio hacia los clientes, el 72.73% manifiesta que sí lo han utilizado y que de cierta manera les recuerda como debe ser el servicio hacia los clientes, el 63.64% menciona que SHARE debe actualizarse constantemente en relación al tema para

asegurarse en la excelencia. Al terminar la investigación se concluyó lo siguiente: es evidente que la satisfacción de la calidad del servicio es aceptable en los aspectos de: instalaciones 79%, limpieza general 75%. Capacitación personal 68%, información adecuada 60%, mientras que hay insatisfacción en parqueo con el 77%. Como resultado de la capacitación de calidad del servicio aplicada, la satisfacción del cliente fue calificada como muy satisfactoria específicamente en información con el 53%, parqueo con 68%, instalaciones con 78%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71%, la limpieza general fue calificada como satisfactoria con 71% y capacitación del personal con 59%, ciertos aspectos disminuyeron ya que no fueron los mismos sujetos encuestados después del experimento, para verificar con mayor certeza la aplicación del mismo.

Antecedentes nacionales

Albildo (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 de El Porvenir, 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar la característica 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 planteó los siguientes 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. 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. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y la muestra fue de 12 micro y pequeñas empresas, asimismo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario por 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 66.67% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 91.67% son de género masculino, el 75% tienen grado superior no universitaria, el 91.67% de encuestados son dueños de la empresa, el 58.33% tiene de 4 a 6 años desempeñando el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 58.33% de los representantes respondió que la empresa tiene entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 75% tiene de 6 a 10 trabajadores, el 58.33% de las personas que trabajan en la empresa son familiares, el 83.33% de empresas fue creada para generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 58.33% de los encuestados tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, el 58.33% conoce la atención al cliente como técnica moderna, el 41.67% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es que no se adaptan a los cambios, el 75% manifestó que utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, el 58% considera que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 50% indicó que la gestión de calidad no ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, el 75% de encuestados sí conoce el término de atención al cliente, el 75% respondió que

sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 91.67% considera que la atención al cliente sí es fundamental para que el cliente regrese, el 66.67% utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 75% indicó que el principal factor que utilizan para la calidad del servicio que brindan es la atención personalizada, el 75% afirmó que la atención que brindan es buena, el 75% indicaron que sí brindan una buena atención al cliente, el 41.67% lograron como resultado la fidelización de los clientes. Al terminar la investigación se concluye lo siguiente: 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. 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. 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 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

Villacorta (2018) en su trabajo de investigación *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*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018 y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Definir 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 fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y la muestra fue de 11 micro y pequeñas empresas, asimismo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario por 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 55% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 64% son de género masculino, el 55% tienen grado superior universitaria, el 82% de encuestados son dueños de la empresa, el 45% tiene de 7 a más años desempeñando el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 55% de los representantes respondió que la empresa tiene de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 91% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 82% de las personas que trabajan en la empresa son

personas no familiares, el 100% de empresas fueron creadas para generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 45% de los encuestados sí conoce el término gestión de calidad, el 100% conoce la atención al cliente como técnica moderna, el 82% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es adaptarse a los cambios, el 82% manifestó que utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, el 100% considera que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% indicó que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, el 64% de encuestados sí conoce el término de atención al cliente, el 100% respondió que sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 100% considera que la atención al cliente sí es fundamental para que el cliente regrese, el 64% utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 55% indicó que el principal factor que utilizan para la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de productos, el 82% afirmó que la atención que brindan es buena, el 73% indicaron se está dando una mala atención al cliente por una mala organización de los trabajadores, el 36% lograron como resultado la fidelización de los es tener clientes satisfechos. Al terminar la investigación se concluye lo siguiente: los empresarios si conocen gestión de calidad y atención al cliente. La mayoría tienen 31 a 50 años de edad. La mayoría es de género masculino. La mayoría tiene grado de instrucción superior. La mayoría son dueños. La mayoría tienen más de 7 años en el cargo. La mayoría de las MYPE permanecen más de 7 años en el mercado. La mayoría tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría son personas no familiares, La totalidad de las MYPE son creadas para generar dinero. La mayoría conocen el término gestión de calidad. La totalidad conoce lo que es

atención al cliente. La mayoría tienen dificultades de los trabajadores que no se adaptan a los cambios. La mayoría miden el rendimiento a través de la observación. La totalidad considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio. La totalidad afirma que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa. La mayoría conocen el término atención al cliente. La totalidad aplica la gestión de calidad en la atención al cliente. La mayoría indica que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese. La mayoría utiliza la comunicación. La mayoría tiene rapidez en la entrega de productos. La mayoría sí brinda una buena atención al cliente. La mayoría considera que se da una mala atención por la mala organización de los trabajadores. El 36% manifiesta que los resultados que se han obtenido al brindar una buena atención es clientes satisfechos.

Zavaleta (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Santa, 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Santa, 2018 y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Santa, 2018. Definir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Santa, 2018. Identificar las características de una gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Santa, 2018, La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y la muestra fue

de 11 micro y pequeñas empresas, asimismo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario por 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 81.82% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 72.73% son de género femenino, el 54.55% tienen grado superior no universitaria, el 54.55% de encuestados es administrador, el 45.46% tiene de 0 a 3 años desempeñando el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 54.55% de los representantes respondió que la empresa tiene de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 100% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 72.73% de las personas que trabajan en la empresa son familiares, 63.64% de empresas fue creada para generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 45.46% de los encuestados no conoce el término gestión de calidad, el 100% conoce la atención al cliente como técnica moderna, el 54.55% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es la poca iniciativa, el 81.82% manifestó que utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, el 100% considera que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% indicó que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, el 100% de encuestados sí conoce el término de atención al cliente, el 72.73% respondió que sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 100% considera que la atención al cliente sí es fundamental para que el cliente regrese, el 45.45% utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 90.90% indicó que el principal factor que utilizan para la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de productos y las instalaciones, el 72.73% afirmó que la atención que brindan es buena, el 72.73% indicaron que sí brindan una buena atención

al cliente, el 54.55% lograron como resultado la fidelización de los clientes. Al terminar la investigación se concluye lo siguiente: La mayoría de representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, quienes están en una edad comprendida entre 31 a 50 años por lo que tienen experiencia, con estudios superiores no universitarios en algunos casos en curso y otras carreras técnicas, vienen desempeñándose como administrador. La minoría de los representantes labora un máximo de 3 años debido a que encuentran mejores oportunidades laborales. La totalidad de micro y pequeñas empresas cuentan hasta con un máximo de 5 trabajadores. La mayoría son empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, fueron creadas con la finalidad de obtener ganancias y por ende generar empleo decidiendo trabajar con familiares. La totalidad de representantes conoce el término de atención al cliente lo cual lo utilizan como técnica moderna en la gestión de calidad lo que les permite alcanzar los objetivos, metas y a su vez permite que los clientes regresen a la microempresa, generando mejores resultados. La mayoría los representantes utiliza la observación para medir el rendimiento de su personal, identificando la poca iniciativa por parte de sus trabajadores para implementar una gestión de calidad, pero aplica un servicio de calidad, brindando una buena atención al cliente que les permite fidelizarlos. La minoría de los representantes no conocen el término gestión de calidad, pero utilizan la comunicación, rápida entrega del productos e instalaciones cómodas para brindar una buena atención que permita seguir creciendo y ser competente en el mercado.

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. Y planteó 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, 2016. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población estuvo conformada por 8 micro y pequeñas empresas, la muestra estuvo conformada por el 100% de la población, la técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento que se utilizó fue el cuestionario con una estructura de 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes: el 62.5% tiene entre 31 a 50 años de edad, el 100% son de ambos sexos, el 50% tiene grado de instrucción secundaria, el 75% es dueño de la MYPE, el 50% tiene entre 4 a 6 años desempeñándose en el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 62,5% tiene de permanencia en el rubro entre 4 a 6 años, el 62,5% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 87,5% de los representantes respondió que las personas que

trabajan en la empresa son personas no familiares, el 62,5% respondió que el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 62,5% no conoce el término gestión de calidad, el 62,5% aplica la atención al cliente como técnica de la gestión de calidad, el 75% considera que la dificultad de los trabajadores para la mejora de gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, el 87,5% usa la técnica de la observación para medir el rendimiento del trabajador, el 62,5% sí considera que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento de la empresa, el 62,5% sí conoce el término atención al cliente, el 62,5% manifiesta que a veces aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 50% considera que la atención al cliente a veces es fundamental para que éste regrese a la organización, el 50% utiliza la confianza como herramienta para un servicio de calidad, el 50% considera que la atención personalizada es el factor principal para el servicio que brinda, el 62.5% respondieron que la atención que brindan al cliente es buena, el 51% considera que se está dando una mala atención porque no tiene suficiente personal, el 37.5% logró como resultado la fidelización de los clientes. Al terminar el trabajo de investigación se concluye lo siguiente: respecto a las características de los representantes: la mayoría de los representantes son personas. 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. Respecto al segundo objetivo: 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 MYPE es generar ganancias. Y respecto al tercer

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

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

de diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y la muestra fue de 8 micro y pequeñas empresas, asimismo se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario por 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas: el 50% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 62.5% son de género masculino, el 62.5% tienen grado superior universitaria, el 87.5% de encuestados son dueños de la empresa, el 50% tiene de 7 a más años desempeñando el cargo. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas: el 62.5% de los representantes respondió que la empresa tiene de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 50% tiene de 6 a 10 trabajadores, el 75% de las personas que trabajan en la empresa no son familiares, el 63.64% de empresas fue creada para generar ganancias. Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: el 62.5% de los encuestados sí conoce el término gestión de calidad, el 62.5% conoce la atención al cliente como técnica moderna, el 50% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es el aprendizaje lento, el 75% manifestó que utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, el 62.5% considera que la gestión de calidad a veces contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% de encuestados sí conoce el término de atención al cliente, el 75% respondió que sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 50% considera que la atención al cliente a veces es fundamental para que el cliente regrese, el 62.5% utiliza la confianza como herramienta para un servicio de calidad, el 50% indicó que el principal factor que utilizan para la calidad del servicio que brindan son las instalaciones, el 87.5% afirmó que la atención que brindan es buena, el 100% indicaron que sí brindan una buena atención al cliente, el 62.5% lograron como resultado clientes satisfechos. Al terminar la

investigación se concluye lo siguiente: referente a las características de los representantes: la mayoría de los representantes están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo son de género masculino, cuentan estudios superiores universitarios, además son los dueños de sus negocios y llevan en su cargo más de 7 años. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas: la mayoría de las Micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, del mismo modo cuentan con más de 6 a 10 colaboradores, tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y tienen como objetivo de generar ganancias. Y respecto a las características de la gestión de calidad en atención al cliente: La mayoría de los representantes conocen el término de gestión de calidad, aplican la técnica de atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, consideran que la dificultad de la implementación de la gestión en que el personal tiene aprendizaje lento, así mismo consideran que la gestión de calidad a veces mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el termino atención al cliente, consideran que la atención a veces es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, consideran que el factor más importante para la buena atención al cliente son las instalaciones, así mismo afirman que la atención que brinda es buena, y finalmente han logrado mejorar a satisfacción del cliente.

Yzaguirre (2018) en su trabajo de investigación que tiene por título: *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*, se planteó el siguiente 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 lograr el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos: como primer objetivo específico: escribir 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. Como segundo específico: Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Y como tercer objetivo específico: 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 el trabajo de investigación se utilizó el diseño No Experimental – transversal – descriptivo. El presente estudio se realizó con una población de 12 Micro y pequeñas empresas, La muestra se obtuvo mediante una población muestral por ser pequeña de 12 Micros y pequeñas empresas. Las dimensiones que se utilizaron para el trabajo de investigación fueron: edad, genero, nivel de instrucción, cargo, tiempo en el cargo, permanencia, número de trabajadores, objetivo de creación, técnicas modernas de gestión, calidad de atención. Para recolectar información en el presente estudio se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual consta de 23 preguntas, al aplicar la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados: referente a las características de los representantes de micro y pequeñas empresas: el 75% respondió que tiene de 31 a 50 años el 75% de los representantes respondió que son de género masculino, el 58.33% respondió que tienen grado de instrucción superior universitaria, el 66.67% de los representantes respondió que son dueños de la MYPE, el 66.67% respondió que tiene de 4 a 6 años en el cargo que desempeñan. Referente a las características de las micro y

pequeñas empresas: el 50% respondió que la empresa tiene de 4 a 6 años de permanencia, el 75% de los representantes respondió que en la empresa hay de 1 a 5 trabajadores, el 100% de los representantes respondió que las personas que trabajan en su empresa no son personas familiares, el 75% de los representantes respondió que el objetivo de creación de la empresa es generar rentabilidad. Referente a las características de la gestión de calidad en la atención al cliente: el 58.33% de los representantes respondió que sí conoce el término de gestión de calidad, el 58.33% respondió que la técnica que conoce es la atención al cliente, el 50% respondió que la dificultad que tienen los trabajadores es el desconocimiento del puesto, el 50% de los representantes respondió que la técnica que conoce para medir el rendimiento del personal es la observación, el 75% de los encuestados respondió que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 66.67% de los representantes respondió que la gestión de calidad sí ayuda a alcanzar los objetivos, el 91.67% de los representantes respondió que sí conocen el término de atención al cliente, el 91.67% de los representantes respondió que sí aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda, el 91.67% de los representantes respondió que sí cree que la atención al cliente es fundamental, el 83.33% de los representantes respondió que la atención que brindan es buena, el 41.67% respondió que no se está dando una buena atención por una mala organización de los trabajadores, el 58.33% respondió que la técnica que aplican es el precio justo y razonable, el 91.67% de los representantes respondió que la empresa sí es eficiente cuando atiende los reclamos, el 83.33% de los representantes respondió que la atención al cliente si permite el posicionamiento del mercado. Al haber terminado con la investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones: respecto a los representantes de las micro y pequeñas empresas: 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. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas: 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 MYPE tienen entre 1 a 5 trabajadores, su objetivo de creación es generar ingresos y la totalidad de las MYPE trabajan con personas no familiares en sus negocios. Y respecto a la gestión de calidad con el uso de la atención al cliente: la mayoría conoce el término gestión de calidad, aplican como técnicas modernas de gestión la atención al cliente, tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, manifiestan que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados, consideran como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, así mismo la mayoría absoluta considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, conocen el término atención al cliente, aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan, la atención al 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.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Las micro y pequeñas empresas

Según el congreso de la república (2003) en la ley N° 28015 “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa” las pequeñas empresas familiares son pequeños negocios que pueden ser constituidos por personas naturales o jurídicas, en muchos casos los dueños y empleados son familiares, estas microempresas fabrican y comercializan productos o brindan servicios con la finalidad de obtener ganancias. Mediante la formación y formalización de las pequeñas empresas se contribuye al producto bruto interno del país, produciendo un aumento económico.

Características de las micro y pequeñas empresas

De acuerdo al artículo 11° de la ley N° 30056 (2013) que modifica el artículo 5° del Decreto Supremo N° 007-2008-TR, establece las características de las micro, pequeñas y medianas empresas, donde nos menciona que den ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

- **Microempresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.
- **Pequeña empresa:** Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias.
- **Mediana empresa:** Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el

monto máximo de 2300 UIT.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

La importancia de las micro y pequeñas empresas se pueden visualizar desde diferentes ámbitos, sobre todo en el desarrollo del país, ya que de acuerdo con la Cámara de Comercio de Lima (2018) nos indica que las micro y pequeñas empresas brindan a más de 75% de la población económicamente activa y generan cerca del 25% del PBI. Estas micro y pequeñas empresas son el principal motor del desarrollo del país y su importancia se basa en que: proporcionan abundantes puestos de trabajo, reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos, incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población, son la principal fuente de desarrollo del sector privado y mejoran la distribución del ingreso.

Beneficios de la formalización de las micro y pequeñas empresas

Aproximadamente 2 millones de pequeñas empresas se encuentran en la informalidad, lo cual les ocasiona una desventaja debido a que los trabajadores no podrían gozar de ningún beneficio, tampoco podrá crecer su micro empresa porque están en la clandestinidad, estas no podrán ser subcontratadas por grandes empresas y el punto más estresante para los representantes de estas microempresas es que serán molestados reiteradamente por las autoridades para que su negocio se formalice, sin embargo el tener una empresa formalizada tiene los siguientes beneficios: posicionamiento del mercado, acceso financiero, expandirse al mercado internacional, acceso a crédito fiscal, participación de licitaciones públicas y contribuir con el Perú (Alvites, 2019).

Tipos de micro y pequeñas empresas

Laverde (2016) afirma lo siguiente sobre los tipos de micro y pequeñas empresas:

- **Empresas de subsistencia:** esta no cuenta con un volumen de producir un producto, pero si pueden tener calidad monetaria, solamente se enfocan en funciones donde notifique el reajuste esencial de la materia, las entidades solo pueden determinar una salida trascendental.
- **Empresa de emprendimiento:** son oportunidades que tiene la empresa, así mismo como sobresaliente que tenga una concepción de ganancia, por ello las personas que son proactivas pueden desarrollar su creatividad haciendo que el ambiente económico sea muy fuerte y que, mejoren la calidad de la empresa que pueden ser competitivos.
- **Empresa de acumulación:** son las que emprenden una unidad económica para mantener su capital y puedan poder invertir en el desarrollo de la empresa, estos tienen a tener más cantidad de activos y tienen a generar más empleos.

Gestión de calidad

La gestión de calidad es un elemento trascendental para una micro y pequeña empresa para poder lograr las metas y objetivos trazados, para ello se planifica y ejecuta diferentes estrategias, con la calidad como fin.

Raffino (2019) define la calidad: tiene que ver cuán adecuado es un producto o servicio para el uso que se pretende hacer de él; en otras palabras, para aquello que desea

el cliente. Implica tratar de satisfacer las necesidades de los consumidores y, en la medida de lo posible, superar sus expectativas. Además, es el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La gestión de la calidad se ocupa de coordinar, dirigir y controlar las actividades de la organización partiendo desde un enfoque en el que debe prevalecer una cultura y una orientación hacia la calidad y la mejora continua. Son múltiples los trabajos que demuestran que una implementación efectiva de la gestión de la calidad mejora la rentabilidad empresarial.

La norma ISO 9001:2015 es la base del sistema de gestión de la calidad – SGC. Es una norma internacional que se centra en todos los elementos de la gestión de la calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios (ISO 9000, 2015).

Sistema de gestión de calidad

En la organización se busca optimizar los procesos, eliminando los innecesarios o repetidos y eso se logrará con un sistema de gestión de calidad el cual revisara las operaciones que se realiza para la obtención del producto o servicio e identificar donde se tiene que mejorar, este sistema se aplicara a todas las áreas de la organización no importando el tamaño del mismo.

Un SGC está basado en el principio de mejora continua. Al implementarse de forma efectiva, se logra aumentar sostenidamente el valor económico y la calidad de lo ofrecido a los clientes. También se impulsa el negocio mediante las siguientes practicas:

Reduce el desperdicio, mejora el control de procesos, aumenta la cuota de mercado, genera costos más bajos, facilita el entrenamiento, satisface las expectativas de los clientes y eleva la moral (ESAN, 2018).

Implementación de la gestión de calidad

Al lograr posicionarse una empresa en el mercado, no se debe pasar por alto los procedimientos que se hizo para lograrlo, ya que en diferentes casos hay empresas que les va muy bien dentro de su rubro que pierden su esencia y ya no les importa mucho satisfacer las necesidades de sus clientes, es por eso que, cuando sea necesario implementar la gestión de calidad, este al mando un jefe que sea visionario y ambicioso para con la empresa, de este modo se pueden evitar muchos problemas y que el ente siga en crecimiento (Fxtrader, 2017).

Ventajas de la gestión de calidad

Según Chamorro (2016) las ventajas de la gestión de calidad son las siguientes:

- Mejora la organización de la compañía, al ayudarnos a sistematizar operaciones suelen producirse innovaciones que nos ayudan hacer más eficientes los procesos que no generan valor, etc.
- Permite controlar al desempeño de los procesos y de la organización en sí misma.
- El sistema de gestión de calidad nos ayuda a cumplir de manera más adecuada la normativa relacionada con nuestros productos y servicios.
- Mejora la capacitación de los trabajadores en la empresa, al tener más

información de los procesos, estos los conocen mejor y pueden abordar su ejecución de manera más ágil, con menos mermas, etc. Además, el hecho de mantener un buen flujo de información con la platilla ayuda a incrementar la motivación y compromiso de esta.

- Los sistemas de gestión de calidad tienen muy en cuenta los requisitos y expectativas del cliente, por lo que su implantación incide positivamente en su satisfacción y por tanto en su fidelización.

Por lo expuesto anteriormente queda claro los beneficios que trae el poner en práctica un sistema de gestión de calidad, así mismo el llevar a cabo un sistema de gestión de calidad a una micro y pequeña empresa le ayudara a cumplir con sus objetivos deseados es decir como punto base va tener calidad en el servicio o producto que brinde a sus clientes, es como una nueva forma de trabajar, trabajar bajo parámetros de calidad de manera ordenada comienza a tener fuerza frente a sus competidores. Si un emprendedor planifica el inicio de su negocio y tiene en cuenta la gestión de calidad en sus procesos es conveniente que como líder involucre a todo su personal y como recién se está iniciando en el ámbito empresarial se ve mucho más fácil el reunirse con su equipo de trabajo ya que es pequeña por mencionarlo así, e informarle acerca de gestión de calidad que todos tengan en claro los objetivos de la empresa y hacerlo cumplir empezando por satisfacer las necesidades de sus clientes.

Principios de gestión de calidad

Según Cortés (2017) nos indica que hay 8 principios que de gestión de calidad los cuales se aplican para una mejor dirección de la organización y así pueda obtener un mejor desempeño, estos principios son como categorías para la gestión lo que facilitara una mejor administración, estos principios están relacionados con la atención al cliente ya que mediante la práctica de estos se mejorar la atención y se tendrá un personal más organizado dentro de la organización.

Los ocho principios son los siguientes:

- Enfoque al cliente
- Liderazgo
- Participación del personal
- Enfoque basado en procesos
- Enfoque de sistema para la gestión
- Mejora continua
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.
- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.

Estos principios tienen como objetivo que una organización funcione de manera eficaz, utilizando sus recursos de manera correcta e implementando nuevas técnicas que permitirán obtener mejores resultados para la empresa, con personal capacitado que

brinde un buen servicio y una buena calidad de atención al cliente, siendo así que la empresa tenga una buena gestión y que sea de calidad.

Cliente

Es necesario conocer a quien se dirige la empresa, por ello es muy importante conocer la definición de cliente ya que serán quienes sostengan la existencia de la organización. Alcázar (2017) afirma que “un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra es el comprador y quien consume es el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona”.

Atención al cliente

Los clientes de esta época suelen darles mayor importancia a los componentes o atributos intangibles de los productos que consumen, es decir, a los servicios. Esto ha contribuido a que las empresas se orienten hacia la búsqueda de la satisfacción de las expectativas de los clientes como forma de sostener su ventaja competitiva en un mercado cada vez más cambiante (Ariza F. y Ariza J.,2018).

La atención al cliente es la actitud que deben realizar todos los miembros de la empresa con el objetivo de homogeneizar el trato al cliente en todas las etapas que el cliente este accediendo al producto o servicio

Importancia de la atención al cliente

La correcta atención al cliente es muy trascendental para el desarrollo y la

consolidación de las micro y pequeñas empresas, ya que al ofrecer un buen servicio y atención a los clientes es muy probable que compartan su experiencia con otros compradores y podrían recomendar el negocio. Para ello el personal debe estar correctamente capacitado en los parámetros establecidos para dar una buena atención al cliente, mostrando siempre un trato amable y cordial para todos los clientes (Scarilli, 2015).

Proceso de la atención al cliente

El proceso de atención al cliente puede caracterizarse como el conjunto de actividades relacionadas entre sí que permite responder satisfactoriamente a las necesidades del cliente.

De acuerdo con Tarodo (2017) las fases de la atención al cliente son:

- Iniciar al contacto objetivo: Que el cliente se sienta atendido desde el principio del contacto, causándole una impresión positiva y creando la disposición para una relación agradable.
- Obtener información objetivo: Conocer y comprender cuáles son las necesidades del cliente, para posibilitar su adecuada satisfacción, transmitiéndole que le escuchamos y que realmente nos interesamos por su petición.
- Satisfacer la necesidad objetivo: Facilitar las indicaciones oportunas y/o los elementos pertinentes para resolver la necesidad del cliente, o situarla en vías de solución.

- Finalizar objetivo: Asegurarse de que la necesidad ha sido resuelta (o situada en vías de solución), creando una sensación final positiva. Interesarse por peticiones añadidas

Características de atención al cliente

Según Arenal (2017) las características de la atención al cliente son las siguientes:

- Diferenciación: si bien es cierto se sabe que, en la actualidad en el mercado se ofertan productos de características y precios similares, pero la atención al cliente por parte del vendedor se convierte en una herramienta básica, ya que este le sumará un valor agregado, permitiendo así la diferenciación del producto.
- Conocimiento de las necesidades y expectativas de los clientes: es necesario conocer las necesidades y preferencias del cliente, para poder satisfacer sus expectativas de forma que ellos divisen lo que esperaban recibir.
- Flexibilidad y mejora continua: las deseos y preferencias son cambiantes en los clientes, entonces es necesario que la persona que imparte el servicio de atención esté capacitado y formado en cuanto a tendencias.
- Orientación al trabajo y al cliente: el trabajo que implica atención directa al cliente integra el componente técnico propio del trabajo desempeñado con un factor humano derivado del trato directo de personas.
- Plantearse como meta la atención al cliente la fidelización: para obtener la fidelización del cliente se debe buscar y adoptar nuevos valores asociados al

producto para que estos puedan sentirse satisfechos.

- Canales digitales: en la actualidad los clientes exigen respuestas rápidas, y eso las empresas lo saben, y para lograrlo la mayoría ya se está sumando al uso de la tecnología la cual es un mensajero rápido, ayudando así al crecimiento de la empresa

Ventajas de la atención al cliente

- Una de las ventajas más sobresalientes para la empresa será que; les proporcionará una mayor entrega a sus clientes trayendo así mayor estabilidad para la empresa en el mercado. Además de que ya se conoce que el fin de cualquier negocio es el de hacer y conservar más clientes.
- El mejoramiento de planes futuros, mediante remedios rápidos y acciones preventivas que mejoren el atractivo conjunto de todos los servicios.
- Así también incrementará la confianza del reclamante (cliente) de la empresa, porque un reclamo bien atendido, trae como beneficio; aproximar aún más al cliente hacia la empresa y el producto o servicio que esta oferta.

Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente se puede definir como “percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos”. Es una prioridad que la empresa se oriente hacia el cliente, para que después de haber entendido sus necesidades, ésta la expanda por todos los rincones de la empresa logrando crear un producto que cumpla

todas sus expectativas. La satisfacción del cliente es un punto principal de la organización, que los colaboradores deben tomar como prioridad, siguiendo la visión de la organización, con la intención de cautivar al cliente.

Se sabe que no es un logro fácil de obtener ya que lo que el cliente espera es un conjunto de diferentes premisas dentro de un solo producto, como lo puede precio, calidad, servicio, comodidad, etc.

Principios de la atención al cliente

- Principio 1: compromiso con la satisfacción del cliente, todo trabajador de la organización tiene la responsabilidad de lograr el bienestar de los clientes buscando siempre su satisfacción.
- Principio 2: proactividad en la atención al cliente, cada trabajador de la organización tiene que responder de manera eficaz y rápida a los requerimientos del cliente incluso anticipándose a los deseos del mismo para así lograr de parte de la organización un valor agregado y del cliente la necesidad de buscarnos siempre.
- Principio 3: incondicionalidad con la atención al cliente, la organización no está haciendo un favor al cliente, la empresa existe por porque los clientes buscan nuestro producto o servicio.
- Principio 4: prioridad con el cliente, el cliente es una de las partes importante de una empresa y se tiene que dar la importancia del caso.

- Principio 5: homogeneidad en los procesos de atención al cliente, todos los miembros de la organización deben saber la manera correcta de atender a un cliente sin discriminación alguna.
- Principio 6: trato personalizado con el cliente, siempre se busca la satisfacción del cliente así este no tenga la razón lo que se busca es que el cliente sienta que se le toma en cuenta con un trato directo de los representantes de la empresa.
- Principio 7: comunicación eficaz con el cliente, los trabajadores deben comunicarse de una forma respetuosa y cordial buscando entender cuál es el requerimiento del cliente.
- Principio 8: credibilidad, cualquier ofrecimiento que la empresa realice debe ser veraz nunca prometer algo que no se va a cumplir.
- Principio 9: mejora continua en la atención al cliente, las organizaciones junto con los trabajadores deben buscar formas de trato con el cliente las cuales deben ser mejores cada día porque los clientes conforme pasen el tiempo se vuelven más exigentes en el producto o servicio que se le ofrece.
- Principio 10: reciprocidad con el cliente, se debe atender al cliente como le gustaría que lo atiendan (Rendon, 2018).

Fidelización del cliente

La empresa debe conocer a sus clientes de forma detallada, para poder desarrollar las estrategias que se dirigen a lograr su fidelización se tiene que centrar en reconocer

sus necesidades, expectativas y demandas. De esta forma, cada vez que un cliente tenga una experiencia positiva en la compra de un producto o adquisición de un servicio deseará regresar y repetir esa experiencia.

Para Sonia (2016) la fidelización es un sistema que se ve como un logro, gracias a esta la empresa mantiene un sistema de relaciones por el transcurso de un largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, con el fin de obtener una participación elevada en sus compras.

2.3. Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas

Las micro empresas son pequeños negocios que tienen varios años de existencia en el mercado, la cantidad de trabajadores que tienen es reducida y que en algunos casos los dueños y empleados son familiares y son creadas con la finalidad de tener ganancias o simplemente subsistir. La mayor parte de empresas familiares son informales lo que les limita a desarrollarse y que puedan crecer económicamente.

Gestión de calidad

La gestión de calidad es la forma en como los representantes dirigen las empresas haciéndolas que se enfoque en cumplir y desarrollar su misión, visión, metas y objetivos con la finalidad de permitirles crecer y tener un mejor posicionamiento en el mercado laboral, aunque muchas veces no se llega a implementar la gestión de calidad debido a que los trabajadores se les hace algo dificultoso adaptarse a lo nuevo.

Atención al cliente

La atención al cliente es la relación que se da entre un trabajador y el comprador al momento de que este adquiera un servicio o producto dejando satisfecho al cliente, la atención al cliente puede realizarse de distintas maneras con el propósito de que el consumidor tenga ganas de volver al establecimiento, los trabajadores que tienen trato directo con los clientes deberían ser capacitados para que de esta manera puedan usar esta herramienta como una ventaja.

III. HIPÓTESIS

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 servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El trabajo fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo - de propuesta

Fue no experimental: porque no se manipuló deliberadamente a la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019.

Fue transversal: porque el estudio de investigación propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019. Se desarrolló en un espacio de un tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2019.

Fue descriptivo: porque se describió las principales características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad.

Fue de propuesta: porque se elaboró una propuesta de mejora para solucionar los problemas identificados con respecto a la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019.

4.2. Población y muestra

Se utilizó una población de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019. La información se obtuvo a través de un sondeo.

Se utilizó una muestra de 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019.

4.3. Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son las personas encargadas de la administración poniendo en práctica los conocimientos adquiridos para el funcionamiento de la organización.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas con diferentes edades, de diferente género, tienen diferente grado de instrucción, cumplen el cargo de dueño o administrador y llevan años desempeñando el cargo.	Edad	- 18 – 30 años - 31 – 50 años - 51 a más años	Ordinal
			Género	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	- Sin instrucción - Educación básica - Superior no universitaria - Superior universitaria	Nominal
			Cargo que desempeña	- Dueño - Administrador	Nominal
			Tiempo que se desempeña en el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Ordinal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019	Las micro y pequeñas empresas son entidades generadoras de ingresos económicos mediante alguna actividad comercial o de servicio formada por personas emprendedoras, asimismo cuenta con un número de colaboradores que permiten su funcionamiento.	Las micro y pequeñas empresas son organizaciones que tienen un cierto tiempo de permanencia en el rubro, cuentan con un número determinado de trabajadores, siendo personas familiares o personas no familiares y el objetivo de su creación es generar ganancias o por subsistencia.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Ordinal
			Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Ordinal
			Personal de la empresa	- Familiares - Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de creación de la empresa	- Generar ganancias - Subsistencia	Nominal

Variable	Definición de la variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio,	La atención al cliente es la función del estudio e interacción que se da entre los trabajadores y los clientes, para esto se necesita a una persona eficiente que pueda ofrecer un servicio de calidad y tenga el suficiente conocimiento referente al producto o servicio que se va a ofrecer, así puedan satisfacer las necesidades de los consumidores. De esta	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	Conocimiento del término de gestión de calidad	- Sí - No	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad	- Benchmarking - Empowerment - Las 5s - Outsourcing - Otros	Nominal
			Dificultades del personal para implementar una gestión de calidad	- Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros	Nominal

rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019	forma puedan mejorar en la gestión de calidad de cualquier organización siendo la agrupación de normas que permite organizar, realizar y controlar las actividades que se requieran para la elaboración de un bien o servicio.	empresa pueda alcanzar sus objetivos y metas trazadas. Una de las técnicas modernas que contiene es atención al cliente, conocida por algunos emprendedores y es 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.	Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación de 360° - Otros 	Nominal
			Contribución de la gestión de calidad a un mejor rendimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No 	Nominal
			Logros de objetivos y metas	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - A veces 	Nominal

			<p>Conocimiento del término atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - Tengo cierto conocimiento 	Nominal
			<p>Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - A veces 	Nominal
			<p>La atención al cliente es fundamental</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí - No 	Nominal
			<p>Herramientas para un servicio de calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Confianza - Retroalimentación - Ninguno 	Nominal

			Principales factores para la calidad al servicio que brinda	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada - Rapidez en la entrega de productos - Las instalaciones - Ninguna 	Nominal
			La atención que brinda a los clientes es	<ul style="list-style-type: none"> - Buena - Regular - Mala 	Nominal
			Razones de una mala atención	<ul style="list-style-type: none"> - No tiene suficiente personal - Mala organización de trabajadores - Sí brindan una buena atención al cliente 	Nominal
			Resultados de una buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes satisfechos - Fidelización de clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento en las ventas 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos

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 servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019. El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, elaborado con 23 preguntas dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, a las micro y pequeñas empresas y para la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad.

4.5. Plan de análisis

Se utilizó los siguientes programas informáticos:

- Microsoft Excel para realizar la tabulación de la información obtenida con el cuestionario como instrumentos; también será útil para las tablas y figuras.
- Microsoft Word para realizar la redacción del trabajo de investigación.
- PDF para la presentación final del proyecto de investigación.
- Microsoft Power Point para elaborar la presentación en diapositivas y ser utilizadas en la exposición del trabajo de investigación.
- Programa Turnitin: Porque se utilizó para medir el porcentaje de similitud de la investigación con otros estudios.

4.6. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿ La mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito</p>	<p>Objetivo general:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019 <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019. - Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019. 	<p>Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad</p>	<p>Población: 11 micro y pequeñas empresas.</p> <p>Muestra: 11 micro y pequeñas empresas</p>	<p>Fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

<p>Chimbote, año 2019?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019. - Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019. 				
----------------------------	--	--	--	--	--

4.7. Principios éticos

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

Libre participación y derecho a estar informado. Se aplicó el cuestionario y se hizo las preguntas correspondientes siempre y cuando los participantes hayan estado de acuerdo, dando su consentimiento verbalmente.

Beneficencia y no maleficencia: No se les interrumpió en horas de su labor a las personas que participaron 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, los participantes que desearon pudieron conocer los resultados obtenidos del cuestionario.

Integridad científica: Durante el desarrollo de la investigación, si uno de los participantes se encontró en riesgo por haber revelado algún dato personal, se le informó de manera inmediata [ULADECH (Universidad Católica los Angeles de Chimbote, 2019)].

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

DATOS GENERALES	N	%
Edad		
18-30	4	36.36
31-50	5	45.45
51 a más años	2	18.19
Total	11	100.00
Género		
Masculino	6	54.55
Femenino	5	45.45
Total	11	100.00
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	0	0.00
Superior no universitaria	6	54.55
Superior universitaria	5	45.45
Total	11	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	8	72.73
Administrador	3	27.27
Total	11	100.00
Tiempo que se desempeña en el cargo		
0 a 3 años	6	54.55
4 a 6 años	2	18.18
7 a más años	3	27.27
Total	11	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

DATOS GENERALES	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	2	18.18
4 a 6 años	4	36.36
7 a más años	5	45.45
Total	11	100.00
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	5	45.45
6 a 10 trabajadores	6	54.55
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	11	100.00
Personal de la Empresa		
Familiares	2	18.18
Personas no familiares	9	81.82
Total	11	100.00
Objetivo de Creación		
Generar ganancia	6	54.55
Subsistencia	5	45.45
Total	11	100.00

Fuente: Encuesta aplicada a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

Tabla 3.

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro parrillas en la zona céntrico del distrito Chimbote, año 2019

DATOS GENERALES	N	%
Conocimiento del término gestión de calidad		
Sí	4	36.36
No	0	0.00
Tiene poco conocimiento	7	63.64
Total	11	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	9	81.82
Empowerment	2	18.18
Las 5 s	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	11	100.00
Dificultades del personal para implementar una gestión de calidad		
Poca iniciativa	2	18.18
Aprendizaje lento	3	27.27
No se adapta a los cambios	6	54.55
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otro	0	0.00
Total	11	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	8	72.73
La evaluación	3	27.27
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	11	100.00
Contribución de la gestión de calidad a un mejor rendimiento		
Sí	11	100.00
No	0	0.00
Total	11	100.00

Continua...

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019

DATOS GENERALES	N	%
Conocimiento del término atención al cliente		
Sí	9	81.82
No	0	0.00
Tiene cierto conocimiento	2	18.18
Total	11	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes		
Sí	6	54.55
No	0	0.00
A veces	5	45.45
Total	11	100.00
La atención al cliente es fundamental		
Sí	9	81.82
No	2	18.18
Total	11	100.00
Herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	7	63.64
Confianza	2	18.18
Retroalimentación	2	18.18
Total	11	100.00
Principales factores para la calidad al servicio que brinda		
Atención personalizada	3	27.27
Rapidez en la entrega de productos	8	72.73
Las instalaciones	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	11	100.00
La atención que brinda al cliente es		
Buena	3	27.27
Regular	8	72.73
Mala	0	0.00
Total	11	100.00

Continua...

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019

DATOS GENERALES	N	%
Razón por la que se da una mala atención		
No tiene suficiente personal	0	25.00
Mala organización de los trabajadores	4	36.36
No se adaptan a los cambios	4	36.36
Si brindan un buena atención	3	27.27
Total	11	100.00
Resultados de una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	2	18.18
Fidelización del cliente	6	54.55
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incrementos en las ventas	3	27.27
Total	11	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019

Tabla 4

Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

Problemas encontrados resultados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
Los representantes tienen grado superior no universitario	Los representantes no cuentan estudios universitarios por lo que se les complica al momento de querer implementar estrategias para que su negocio mejore, debido a que sus estudios no tienen relación con la parte administrativa.	Recibir capacitaciones sobre temas de administración para que puedan plantear estrategias correctas y de esta manera surgir como empresa volviéndose competitivos en el mercado.	Representante
Falta de conocimiento de gestión de calidad	Los representantes no tienen el suficiente conocimiento de gestión de calidad por lo que se les dificulta al momento de realizar una buena atención.	Cada representante tener la iniciativa de recibir capacitaciones sobre gestión de calidad para que pueda guiar a sus trabajadores a realizar una buena labor y ayude a mejorar a su negocio.	Representante
Mala organización de los trabajadores	Los trabajadores no tienen una buena organización para que puedan atender bien a un cliente por lo que se crea la mala atención y pérdida de cliente junto a las ganancias.	Los trabajadores deben asistir a capacitaciones constantes dictadas por expertos referente a la organización de una empresa hechas por los representantes , por otro lado cada representante designar a cada trabajador las funciones detalladas que debe hacer para que no haya errores en el proceso de la ejecución.	Representante
No se adaptan a los cambios	Los trabajadores no se adaptan a los cambios rápidamente cuando los representantes quieren implementar la gestión de calidad, por lo que puede retrasar lo que se quiere lograr en ese momento y en un futuro.	Antes de realizar los cambios, mandar a los trabajadores a capacitaciones hechas por la empresa para que puedan ir conociendo los cambios que se van a dar y cuáles son las nuevas funciones a realizar	Representante

5.2. Análisis de los resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

Edad: el 45.45% de los representantes tienen una edad entre 31 a 50 años (Tabla 1). Estos resultados se asemejan a la investigación de Zavaleta (2018) quien indica que el 81.82% de los encuestados tienen de 31 a 50 años, con la investigación de Albildo (2018) quien manifiesta que el 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, así mismo coincide con los resultados encontrados por Villacorta (2018) quien nos indica que el 55% de los representantes tienen de 31 a 50 años y coincide con los estudios realizados por Figueroa (2016) quien indica que el 50% de los representantes tienen de 31 a 50 años, también coincide con los resultados encontrados por Yzaguirre (2018) quien nos indica que el 75% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, por ultimo coincide con los resultados obtenidos por Bueno (2016), quien nos indica que el 62.5% tienen entre 31 a 50 años. Cabe resaltar que mediante los resultados obtenidos se puede identificar que la mayoría de los representantes son personas adultas, lo cual es importante ya que ellos ya tienen experiencia y sabrán resolver algunos problemas que se les presente.

Género: El 54.55% de los representantes encuestados son del género masculino (Tabla 1). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Albildo (2018) quien nos indica en su investigación que el 91.67% de los representantes son del género masculino, así mismo, coincide con la investigación de Villacorta (2018) quien indica que el 64.00% son de género masculino, igualmente coinciden con los resultados obtenidos por Figueroa (2016) quien indica que el 62.5% son de género masculino, con Yzaguirre (2018) quien indica que el 75% de los representantes son de género masculino, así mismo coincide con los resultados encontrados por Bueno (2016) quien

manifiesta en su investigación que el 50% de los representantes son del género masculino, pero contrasta con los resultados encontrados por Zavaleta (2018) quién señala en su investigación que el 72.73% de los representantes son del género masculino. Cabe indicar que la mayoría de los negocios son dirigidos por personas del sexo masculino, esto es debido a que ellos reacción con mayor rapidez ante los problemas que se presenten en el negocio y con más responsabilidad ante cualquier situación que pase en la empresa.

Grado de instrucción: El 54.55% de los encuestados señalaron que cuentan con un grado de instrucción superior no universitaria (Tabla 1). Estos resultados coinciden con la investigación de Zavaleta (2018) quien indica en su investigación que el 54.55% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria, del mismo modo coincide con Albildo (2018) quien indica que el 75% de los representantes tienen superior no universitario y con Bueno (2016) quien nos indica en su investigación que el 50% de los representantes tiene grado de instrucción superior no universitaria, sin embargo, estos resultados contrastan con los estudios realizados por Villacorta (2018) quien en su investigación indica que el 55% de los representantes tienen grado de instrucción universitario y contrastan con Figueroa(2016) quien indica que el 62.50% posee un nivel de instrucción superior universitarios, finalmente contrasta con los resultados obtenidos por Yzaguirre (2018) quien indica que el 58.33 tienen grado superior no universitaria. Estos resultados indican que las mayorías de los representantes tienen grado superior no universitario, lo que indica que en el camino han ido adquiriendo experiencias y conocimientos para que puedan tratar algunos problemas que se les pueda presentar.

Cargo que desempeña: El 72.73% de los representantes encuestados indicaron que son dueños de la microempresa (Tabla 1). Estos resultados coinciden con la investigación de

Albildo (2018) quien señala que el 91.67% de los representantes son dueños de la empresa, con Villacorta (2018) quien indica que 82% son dueños de la empresa, con Figueroa (2016) quien indica en su investigación que el 87.5% se desempeñan como dueños, con Yzaguirre (2018) quien indica que el 66.67% de los representantes son los dueños de la microempresa, pero contrasta con los resultados obtenidos por Zavaleta (2018), quien indica que el 54.55% ocupan el cargo de administrador en la empresa. Cabe indicar que la mayoría de los representantes prefieren asumir la responsabilidad de administrar su negocio por diferentes motivos.

Tiempo que desempeña el cargo: El 54.55% de los representantes encuestados tienen desempeñando el cargo de 7 años a más (Tabla 1). Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Villacorta (2018) quien indica que el 45% de los encuestados tienen desempeñando en el cargo de 7 años a más, asimismo coincide con los resultados de Figueroa (2016), quien indica que el 50% tienen de 7 años a mas desempeñando el cargo, pero contrasta con Zavaleta (2018) quien indica que el 45.45% tienen de 0 a 3 años desempeñando un cargo y con Albildo (2018) quien nos indica en su investigación que el 58.33% de los representantes tienen en el cargo entre 4 a 6 años, de igual modo contrasta con los resultados de Yzaguirre (2018), quien indica que el 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñándose en el cargo y con Bueno (2016) que afirma que el 50% tiene entre 4 a 6 años desempeñando el cargo. Cabe indicar que la mayoría de los representantes llevan desempeñando el cargo un buen tiempo por lo que con la experiencia que tienen están aptos para para afrontar los diversos problemas que se puedan presentar y ser más competitivos en el mercado laboral

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas

Tiempo de permanencia en el rubro: El 45.46% de las micro y pequeñas empresas que fueron encuestadas nos indicaron que tienen una permanencia en el rubro de 7 años a más (Tabla 2). Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Zavaleta (2018) quien nos indica que el 54.55% de las MYPE tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, con Villacorta (2018) quien indica en su investigación que el 55% tienen 7 años a más de permanencia en el rubro, asimismo coincide con los resultados dados por Figueroa (2016) quien indica que las MYPE tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro. Sin embargo, estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Albildo (2018) quien nos indica que el 58.33% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, con Yzaguirre (2018) quien señala que 50% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro entre 4 a 6 años y por último estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Bueno (2016) quien señala en su investigación que el 62.5% de las microempresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Mediante los resultados obtenidos se puede decir que la mayoría de los negocios han permanecido por mucho tiempo en el rubro por lo que ya tienen una posición en el mercado laboral.

Número de trabajadores: El 54.55% de las microempresas encuestadas nos señalan que cuentan de 6 a 10 trabajadores (Tabla 2). Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Albildo (2018) quien indica en su investigación que el 75% de las MYPE cuentan con 6 a 10 trabajadores, con la investigación de Figueroa (2016) quien indica que el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores, sin embargo contrasta con Zavaleta (2018) quien señala que el 100% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores, así mismo contrasta con los resultados encontrados por Villacorta (2018)

quién señala que en su investigación que el 91% de los encuestados tienen de 1 a 5 trabajadores, con los resultados encontrados por Yzaguirre (2018) quien manifiesta en su investigación que el 75% de las empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, finalmente contrasta con los resultados de Bueno (2016) quien manifiesta que el 62.5% de las micro y empresas cuentan de 1 a 5 trabajadores. Mediante estos resultados podemos apreciar que la mayoría de microempresas tienen pocos trabajadores debido a que no cuentan con los ingresos suficientes para poder contratar más trabajadores dando cada uno lo mejor de sí.

Personas que trabajan en la empresa: El 81.82% de las MYPE encuestadas nos indican que las personas que laboran en su microempresa son personas no familiares (Tabla 2). Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Villacorta (2018) quien nos indica que el 82% de las personas que trabajan en las microempresas son personas no familiares, con Figueroa (2016) quien señala que el 75% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando, con Yzaguirre (2018) quien indica que el 100% son personas no familiares, igualmente con Bueno (2016) quien nos indica que el 87.5% son personas no familiares, pero contrasta con los resultados de Zavaleta (2018) quien afirma que el 58.33% de las personas que trabajan son familiares, con Albildo (2018) que nos indica que el 58.33% son personas familiares. Mediante los resultados obtenidos se puede decir que la mayoría de microempresas prefiere contratar personas externas y no contratar a familiares para que no involucren temas que no tienen que ver con la empresa.

Objetivo de creación: El 54.55% de las microempresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias (Tabla 2). Estos resultados coinciden con Zavaleta (2018) quien nos señala en su investigación que el 63.64% de las Micro y pequeñas empresas tienen como

finalidad generar ganancias, con la investigación realizada por Albildo (2018) quién nos indica que el 83.33% de las MYPE fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, coincide también con Villacorta (2018) quien indica en su investigación que el 100% se creó para generar ganancias, con la investigación realizada por Figueroa (2016) quién nos indica que el 87.5% de las MYPE fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, igualmente con la investigación realizada por Yzaguirre (2018) quién nos indica que el 75% de las MYPE fueron creadas con el objetivo de generar ganancias. Mediante los resultados obtenidos se puede decir que los dueños de las microempresas tienen como mentalidad generar ganancias para poder recuperar lo invertido, a la vez que puedan generar más ingresos y les permita crecer.

Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas

Término de gestión de calidad: El 63.64% de los encuestados de las microempresas tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Zavaleta (2018) quien señala en su investigación que el 45.45% de los representantes tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, con Bueno (2018) quien señala en su investigación que el 62.5% de los representantes tienen cierto conocimiento sobre el término gestión de calidad, pero contrastan con Villacorta (2018) quien nos indica que el 45% si conocen el término gestión de calidad, de igual modo con Figueroa (2016) quien manifiesta que el 62.5% si conoce el término gestión de calidad y también contrasta con Yzaguirre (2018) quien indica que el 58.33% si conoce el término gestión de calidad. Mediante estos resultados se puede analizar que los representantes de las organizaciones no conocen a fondo el término gestión de calidad, sin embargo, es importante conocer este término para que puedan tener un mejor manejo de la empresa.

Técnicas modernas de gestión de calidad: El 81.82% de los encuestados conoce una de las herramientas que es el benchmarking (Tabla 3). Estos resultados contrastan con la investigación de Zavaleta (2018) donde se nos indica que el 100% de los encuestados conoce la técnica de atención al cliente, del mismo modo contrasta con Albildo (2018) quien indica que el 58.33% conoce la atención al cliente como técnica de gestión de calidad, contrasta con la investigación de Villacorta (2018) quien señala que el 100, con Figueroa (2016) quien indica que 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente herramienta de gestión, también contrasta con Yzaguirre (2018), donde nos indica que el 58.33% utilizan la atención al cliente como técnica moderna, finalmente contrasta con Bueno (2018) quien manifiesta que el 62.5% utiliza la atención al cliente como técnica moderna. Con los resultados que se han obtenido se puede apreciar que los representantes de las MYPE utilizan el benchmarking como técnica moderna, esto debido que toman referencias de empresas que son reconocidas para que puedan implementar en la organización.

Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad: El 54.55% de los encuestados manifestaron que una de las dificultades que tienen es que no se adaptan a los cambios (Tabla 3). Estos resultados coinciden con la investigación de Albildo (2018) donde indica que el 41.67% no se adaptan a los cambios es por ello que se les dificulta implementar una gestión de calidad, asimismo coincide con Villacorta (2018), quien indica que el 82% no se adaptan a los cambios, de igual manera con Bueno (2018), quien nos indica que la dificultad para implementar la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, sin embargo, contrasta con la investigación de Figueroa (2016) quien señala que el 50% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es el aprendizaje lento y con Izaguirre (2018),

quien nos dice que el 50% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es el desconocimiento del puesto . Cabe indicar que mediante los resultados obtenido se puede decir que una de las dificultades por las que atraviesan las microempresas es que los trabajadores no se adaptan a los cambios constantes al implementar una gestión de calidad por tal motivo no hay resultados totalmente satisfactorios.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 72.73% de los encuestados manifiestan que utilizan la observación como técnica de medición del rendimiento del personal (Tabla 3). Estos resultados coinciden con la investigación de Zavaleta (2018) el cual indica en su investigación que el 81.82% utiliza la observación como técnica de medición del rendimiento, con Albildo (2018) quien indica que el 75% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, asimismo, con los resultados encontrados en la investigación de Villacorta (2018) donde indica que el 82% conoce la observación como técnica para medir el rendimiento, también coincide con los resultados dados por Figueroa (2016), quien indica que el 75% conoce la observación como técnica para medir el rendimiento. Mediante estos resultados se puede decir que algunos representantes usan la observación como técnica para medir el rendimiento del personal, ya que no es costoso y les permite saber de forma directa cómo es el trato que brindan sus trabajadores a los clientes, detectando los posibles problemas y tomando las mejores decisiones para poder solucionarlos.

Gestión de calidad contribuye a la empresa: el 100% de los representantes indican que si contribuye a mejorar estos resultados (tabla3) coinciden en su totalidad con los datos obtenidos por Zavaleta (2018) donde se manifiesta que una atención de calidad contribuye al rendimiento del negocio, igualmente coincide en su gran mayoría con los

datos obtenidos por Villacorta (2018) con un 1000% en las mejoras de la empresa. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas comprenden que una buena atención al cliente ayudara al prestigio y mejoría de la empresa.

Conocimiento del termino atención al cliente: El 81.82% de los representantes señalaron que si conocen el término atención al cliente (Tabla 3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados en la investigación de Zavaleta (2018) donde se indica que el 100% si conoce el termino de atención al cliente, con los resultados encontrados en la investigación de Albildo (2018) quien indica que el 75% de los representantes conocen el termino atención al cliente, asimismo con Villacorta (2018) quien indica que el 64% de los representantes conocen el termino atención al cliente, con Figueroa (2016) quien indica que el 100% de los representantes conocen el termino atención al cliente. Mediante los resultados obtenidos se puede decir que los representantes si conocen el termino gestión de calidad lo que es importante para mejorar el trato que se les brinda a sus clientes, satisfacer sus necesidades y así puedan captar más clientela, asimismo fidelizarlos con la organización

Aplica gestión de calidad en el servicio que brinda: El 54.55% de los representantes manifestaron que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan (Tabla 3). Estos resultados coinciden con la investigación de Zavaleta (2018) quien afirma que en su investigación el 75% si aplica la gestión de calidad en su empresa, con los resultados encontrados en la investigación de Villacorta (2018) donde se indica que el 100% si aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda, con los resultados encontrados en la investigación de Figueroa (2016) quien señala que el 75% de los representantes aseguran que siempre aplican Gestión de calidad en el servicio que brinda, igualmente

con los resultados de Izaguirre (2018) que indica que el 91.67% de los representantes si aplican la gestión de calidad, pero contrasta con los resultados dados por Bueno (2018) quien indica que el 62.5% a veces aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes. Cabe resaltar que los representantes sí aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, sin embargo, tienen que tener mejor conocimiento sobre el tema para que puedan gestionar mejor su empresa.

La atención al cliente fundamental: El 81.82% de los encuestados afirmaron que la atención al cliente si es fundamental (Tabla 3). Los resultados obtenidos coinciden en su gran mayoría con la investigación de Zavaleta (2018) que afirma que el 100.00% afirma que el servicio al cliente es importante, con la investigación de Albildo (2018) quien nos señala que el 93.67% de encuestados afirman que la atención al cliente es fundamental, asimismo con Villacorta quien nos señala que el 100% opina que la atención al cliente es importante, también con los resultados de Figueroa (2016) quien indica que el 91.67% de los representantes piensan que la atención al cliente es fundamental, pero contrasta con los resultados de Yzaguirre (2018) y Bueno (2018) quienes indican que el 50% de los representantes consideran que la atención al cliente no es fundamental para que ellos regresen. Mediante los datos obtenidos se puede decir que los representantes si consideran que es importante que se les brinde una buena atención a los clientes porque marca la diferencia de otros negocios y de cierta forma ayuda para que tengan clientes fieles y satisfechos.

Herramientas para un servicio de calidad: El 63.64% de los representantes encuestados indicaron que utilizan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad (Tabla 3). Estos resultados coinciden con la investigación de Zavaleta (2018) quien nos indica que el 45.46% utilizan la comunicación como herramienta, asimismo coincide con

Albildo (2018) quien señala que el 66.67% de los representantes utilizan la comunicación como herramienta de servicio al cliente, de igual modo coincide con la investigación de Villacorta (2018) quien nos indica que el 64% utilizan la comunicación como herramienta, pero contrasta con los resultados dados por Figueroa (2016) quien indica que el 62.5% utilizan la confianza como herramienta, finalmente contrasta con Bueno (2016) quien indica que el 50% utilizan la confianza como herramienta. Mediante los resultados obtenidos se puede decir que para brindar un servicio de calidad los representantes utilizan la comunicación como herramienta para que haya una mejor coordinación al momento de realizar el trabajo.

Factores para una mejor atención al cliente: El 72.73% de los encuestados indicaron que uno de los factores que utilizan para una mejor atención al cliente es la rapidez en la entrega de productos (Tabla 3). Estos resultados coinciden con la investigación de Zavaleta (2018) quien indica que el 45.45% emplean la rapidez en la entrega como principal factor de calidad y con Villacorta (2018) quien señala en su investigación que el 55% de los representantes consideran como factor importante en el servicio son es la rapidez en el servicio, sin embargo, contrasta con la investigación de Albildo (2018) quien indica que el 75% brinda una atención personalizada para mejorar la atención al cliente, con Figueroa (2016) quien indica que el 62.5% brinda una atención personalizada para mejorar la atención al cliente, finalmente contrasta con los resultados dados por Bueno (2016) que indica que el 85% brinda una atención personalizada. Mediante los datos obtenidos se puede decir que los representantes utilizan la rapidez en la entrega de sus productos porque dado que los clientes quedaran satisfechos con la atención y regresen al establecimiento en otra oportunidad.

La atención que brinda es: El 72.73% de los representantes encuestados indicaron que la

atención que brindan es regular (Tabla 3). Estos resultados contrastan con la investigación de Zavaleta (2018) quien nos indica en su investigación que el 72.73% de los representantes brindan una buena atención, con Albildo (2018) quien indica que el 75% si brinda una buena atención al cliente, con Villacorta (2018) quien indica que el 82% brinda una muy buena atención al cliente, con Figueroa (2016) quien señala que el 82% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena, con Yzaguirre (2018) quien indica que el 83.33% brinda un muy buen servicio, y por último contrasta con Bueno (2016) quien señala que el 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. Mediante los datos obtenidos se aprecia que los representantes brindan una atención regular, teniendo en cuenta que deberán capacitarse constantemente para que brinden una atención de calidad

Razón por la que se da una mala atención: El 72.72% de los representantes encuestados señalaron no brindan una buena atención por la mala organización de los trabajadores (Tabla 3). Estos resultados coinciden con la investigación de Villacorta (2018) quien indica que el 73% afirman que no brindan una buena atención por la mala organización de los trabajadores, con Yzaguirre (2018) quien señala en su investigación que el 41.67% de los representantes respondieron no brindan una atención adecuada por la mala organización de los trabajadores, pero contrasta con los resultados de Albildo (2018) que señala que el 75% de los trabajadores si brindan una buena atención. Este resultado demuestra que los trabajadores tienen dificultades al momento de realizar una buena atención al cliente, por lo que sería bueno capacitarlos para obtener buenos resultados.

Resultados de una buena atención al cliente: El 54.55% de los representantes encuestados señalaron la fidelización de los clientes como resultado de su buena atención al cliente (Tabla 3). Estos resultados coinciden con la investigación de Albildo (2018) quien indica

que el 41.67% señalo la fidelización de los clientes como resultado de su buena atención, con Zavaleta (2018) quien nos indica en su investigación que el 54.55% señalo la fidelización de los clientes como resultado de su buena atención y por Bueno (2016) quien indica que el 37.5% señalo la fidelización de los clientes como resultado de su buena atención, pero contrasta con Yzaguirre (2018) quien indica que el 83.33% de los representantes ha logrado posicionarse en el mercado. Mediante los datos obtenido se puede decir que las microempresas tienen la fidelización de los clientes como resultado de la buena atención que brindan ya que cada vez más personas prefieren comprar en el establecimiento

Elaborado por el investigador

Plan de Mejora

1. Datos Generales

Nombre o razón social: Parrillería “La Arequipeña”

Dirección: Distrito de Chimbote

Nombre del Representante: Raúl Morales Chauca

2. Misión.

Brindar satisfacción a nuestros clientes que nos visitan constantemente, ofreciéndoles parrillas hechas con ingredientes de calidad, mejorando en el sabor de cada plato, dando una atención única por parte de nuestros trabajadores que le ponen compromiso día a día para mejorar como organización.

3. Visión.

Ser reconocidos como la mejor parrillería de la región por los estándares de calidad que ofrecemos, la excelente atención y la satisfacción de cada cliente, teniendo trabajadores motivados en la empresa.

4. Objetivos Empresariales.

La parrillería es un establecimiento de carácter público, destinado a ofrecer las mejores parrillas, satisfaciendo de esta manera las necesidades de nuestros clientes, garantizando un excelente servicio, por lo que contamos con los siguientes objetivos empresariales:

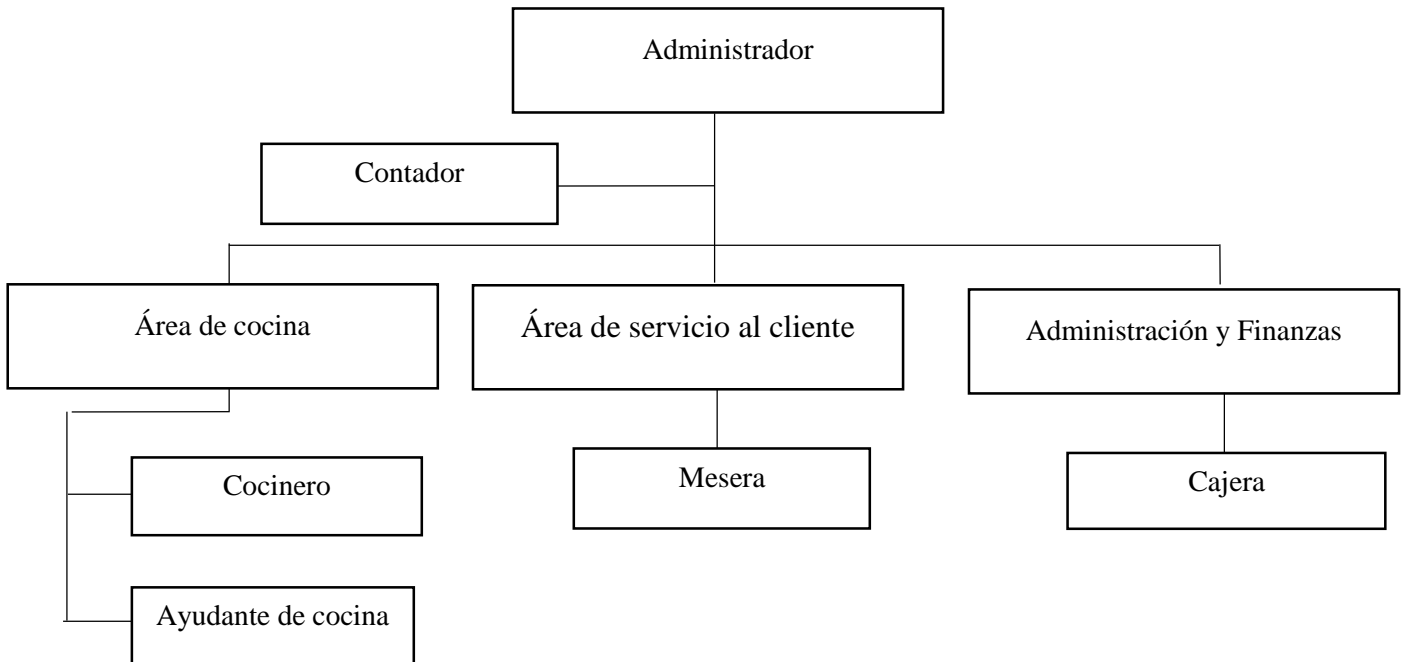
- Lograr la fidelización de los clientes.

- Brindar a cada cliente lo mejor de nosotros mejorando continuamente
- Mejorar la sazón de nuestras parrillas de acuerdo al gusto del cliente.
- Incrementar las ganancias.
- Captar a nuevos clientes
- Ofrecer nuevos servicios.
- Capacitar a todos los trabajadores.

5. Servicios.

La parrillería ofrece las mejores parrillas de calidad brindando una excelente atención hacia los clientes para que su visita en el lugar sea inolvidable y con una experiencia agradable.

6. Organigrama de la empresa.



6.1. Descripción de funciones

Cargo	
Administrador	Es el dueño y representante de la empresa. Su función es supervisar las diferentes áreas de la organización.

Cargo	
Contador	Estudios universitarios en contabilidad Experiencia en asuntos contables Su función es contar el inventario, conocer el costo del inventario, hacer estado de resultados

Cargo	
Cocinero	Estudios técnicos de chef. Experiencia en cocina. Se encarga de preparar los platos que los clientes solicitan.

Cargo	
Ayudante de cocina	Estudios incompletos Experiencia en cocina Se encarga de hacer lo que el cocinero le pide respecto a lo que los clientes van a consumir.

Cargo	
Mozo	<p>Estudios técnicos</p> <p>Experiencia en atención al cliente</p> <p>Su función es tomar nota a los pedidos de los clientes y brindar la mejor atención.</p>

Cargo	
Cajera	<p>Estudios universitarios incompletos</p> <p>Experiencia en caja</p> <p>Su función es cobrar lo consumido por los clientes, hacerles una boleta de lo que ordenaron y al finalizar el día hacer cierre de caja y cuadrar el dinero.</p>

7. Diagnostico empresarial

	FORTALEZA	DEBILIDADES
	<p>F1: Personal calificado en la cocina</p> <p>F2: Precio de los productos</p> <p>F3: Aceptacion de la clientela</p> <p>F4: Evaluación constante al personal mediante la técnica de la observación.</p>	<p>D1. Ubicación alejada del centro</p> <p>D2: Los trabajadores no están capacitados constantemente.</p> <p>D3: Poca publicidad</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>O1: Talleres o capacitaciones de atencion al cliente</p> <p>O2: Los clientes buscan servicios de calidad.</p> <p>O3: Abrir más sucursales en el centro.</p> <p>O4: Platos consumidos por todos las personas de diferente clase social.</p>	<p>F1, O1, O2: Implementar mas potajes para atraer clientes.</p> <p>F2, O4: Aprovechar los precios que ofrecen para captar más clientes cuando se abran otras sucursales.</p>	<p>D2,O1,O2: Elaborar un plan de presupuesto para la capacitación del personal.</p> <p>D1, O3, O2: Invertir para que puedan tener diferentes sucursales en el centro.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>A1: Competencia del mismo rubro</p> <p>A2: Clientes más exigentes con estándares de calidad de servicio y producto</p> <p>A3: Publicidad constante de la competencia</p>	<p>F2, F1, A2: Realizar capacitaciones de como fidelizar a los clients enfatizando la buena sazón de los potajes.</p> <p>F3, A3: Elaborar una buena estrategia de publicidad para generar mas clientela</p>	<p>D2,A2: Invertir más en el tema de capacitaciones tanto del personal como representantes, para que de esta manera puedan analizar a los clientes al momento de ingresar.</p> <p>D2,D3,A3,A2: Elaborar un plan de soluciones y mejoras para la situaciones que se le presenten en la empresa.</p>

8. Indicadores de Gestión.

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de la MYPE
Grado superior no universitaria	Los representante tienen grado superior no universitaria por lo que hay veces que se ven limitado en cuanto a conocimientos teóricos para que puedan plantear estrategias al momento de querer implementar la gestión de calidad.
Falta de conocimiento de gestión de calidad.	Al no conocer este término, no se pueden implementar la gestión de calidad
Mala organización de los trabajadores	Los trabajadores al momento de realizar sus funciones no están organizados por lo que en el proceso se encuentran fallas evitando que implementen de buena manera la gestión de calidad.
No se adaptan a los cambios	Lo que impide la implementación de la gestión de calidad es que los trabajadores no se adaptan a los cambios.

9. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Grado superior no universitario	Los representantes tienen solo grado superior no universitaria, por lo que desconocen el termino gestation de calidad	Los representantes no cuentan estudios universitarios por lo que se les complica al momento de querer implementar estrategias para que su negocio mejore, debido a que sus estudios no tienen relación con la parte administrativa
Falta de conocimiento de gestión de calidad	Los representantes no conocen el término gestión de calidad	Los representantes no tienen el suficiente conocimiento de gestión de calidad por lo que se les dificulta al momento de realizar una buena atención.
Implementación de la gestión de calidad	Los trabajaodres no se adaptan a los cambios en la implementacion de la gestion de calidad	Los trabajadores no se adaptan a los cambios rápidamente cuando los representantes quieren implementar la gestión de calidad, por lo que puede retrasar lo que se quiere lograr en ese momento y en un futuro.
Mala organización de los empleados	Los trabajadores no tienen una buena organización	Los trabajadores no tienen una buena organización para que puedan atender bien a un cliente por lo que se crea la mala atención y perdida de cliente junto a las ganancias.

10. Establecer soluciones.

10.1. Establecer acciones.

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Grado superior no universitaria	Los representantes tienen solo grado superior no universitaria.	Los representantes no cuentan estudios universitarios por lo que se les complica al momento de querer implementar estrategias para que su negocio mejore, debido a que sus estudios no tienen relación con la parte administrativa.
Falta de conocimiento de gestión de calidad	Los representantes no conocen el término gestión de calidad	Los representantes no tienen el suficiente conocimiento de gestión de calidad por lo que se les dificulta al momento de realizar una buena atención
Implementación de la gestión de calidad	Dificultad para implementar la gestión de calidad	Los trabajadores no se adaptan a los cambios rápidamente cuando los representantes quieren implementar la gestión de calidad, por lo que puede retrasar lo que se quiere lograr en ese momento y en un futuro
Mala organización de los empleados	Los trabajadores no tienen una buena organización	Los trabajadores no tienen una buena organización para que puedan atender bien a un cliente por lo que se crea la mala atención y pérdida de cliente junto a las ganancias.

10.2. Estrategias que desean implementar

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Recibir capacitaciones sobre temas de administración para que puedan plantear estrategias correctas y de esta manera surgir como empresa volviéndose competitivos en el mercado.	Los representantes tienen solo grado superior no universitaria	6 meses	Tener conocimiento sobre temas de gestión de calidad y atención al cliente para que pueda proponer estrategias donde la empresa se verá beneficiada.	Recibir charlas constantes para que pueda saber que estrategias aplicar y desenvolverse de la mejor manera para que se vuelvan competitivos.
2	Cada representante tener la iniciativa de recibir capacitaciones sobre gestión de calidad para que pueda guiar a sus trabajadores a realizar una buena labor y ayude a mejorar a su negocio.	Los representantes no conoce el término gestión de calidad	6 meses	Dar una atención de calidad para que tengan clientes satisfechos y de esta manera obtener mayor rentabilidad.	Programar charlas sobre la gestión de calidad para que tengan en cuenta al momento de brindar el servicio a los clientes o los productos
3	Los trabajadores deben asistir a capacitaciones constantes dictadas por expertos referente a la	Dificultad para implementar la gestión de calidad.	2 semanas	Los trabajadores se sentirán motivados, y no tendrán problemas en	Programar capacitaciones para los trabajadores antes de realizar

	<p>organización de una empresa hechas por los representantes , por otro lado cada representante designar a cada trabajador las funciones detalladas que debe hacer para que no haya errores en el proceso de la ejecución.</p>			<p>realizar nuevas funciones, lo que ayudará a crear un ambiente agradable y alcanzar los objetivos propuestos.</p>	<p>cambios en la empresa, para que de esta manera se sientan familiarizados a la hora de realizar sus nuevas funciones.</p>
4	<p>Antes de realizar los cambios, mandar a los trabajadores a capacitaciones hechas por la empresa para que puedan ir conociendo los cambios que se van a dar y cuáles son las nuevas funciones a realizar</p>	<p>Los trabajadores no tienen una buena organización</p>	<p>2 semanas</p>	<p>Buen servicio al cliente y se tendrá una buena organización de las actividades a realizar.</p>	<p>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.</p>

10.3. Recursos para la implementación de estrategias.

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Recibir charlas constantes para que pueda saber que estrategias aplicar y desenvolverse de la mejor manera para que se vuelvan competitivos.	Administración	1500 mensual	Local de la empresa, materiales y equipos	6 meses
2	Programar charlas sobre la gestión de calidad para que tengan en cuenta al momento de brindar el servicio a los clientes o los productos	Administración	1500 soles semanales	Radios, celulares y redes sociales	6 meses
3	Programar capacitaciones para los trabajadores antes de realizar	Administración	1500 mensuales	Local de la empresa, materiales y equipos	2 semanas

	<p>cambios en la empresa, para que de esta manera se sientan familiarizados a la hora de realizar sus nuevas funciones.</p>				
4	<p>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.</p>	<p>Administración</p>	<p>1500 mensuales</p>	<p>Local de la empresa, materiales y equipos</p>	<p>2 semanas</p>

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de representantes son de género masculino, tienen grado superior no universitaria, son dueños de la empresa teniendo de 7 a más años en el cargo. La minoría de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad.

La mayoría de personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas son personas no familiares, tienen de 6 a 10 trabajadores y las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias. La minoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro.

La totalidad de los encuestados sí cree que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. La mayoría de los encuestados tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad, conocen el benchmarking como técnica moderna de la gestión de calidad, sí conocen el término atención al cliente, tienen como dificultad no adaptarse a los cambios para una implementación de gestión de calidad, conocen la técnica de la observación para medir el desempeño del personal, sí creen que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, sí conocen el término atención al cliente, sí aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, sí creen que la atención al cliente es fundamental para que este regrese, utilizan la herramienta de la comunicación para un servicio de calidad, utilizan como factor la rapidez en la entrega de los productos, la razón por la que se da una mala atención es por la mala organización y porque no adaptan a los cambios, sin embargo han logrado tener la fidelización de los clientes.

Se elaboró una propuesta de mejora con la finalidad de que cada representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019, pueda implementarlo en su negocio y de esta manera puedan realizar una buena gestión mejorando día a día para que puedan posicionarse como competencia en el mercado

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES

Programar charlas a los representantes de las micro y pequeñas empresas para mejorar la atención al cliente, con el propósito de ofrecer un mejor servicio, así mismo se les recomienda instruirse constantemente para poder diferenciarse de la competencia, y que pongan en práctica los años de experiencia que tienen para poder atraer a nuevos clientes potenciales.

Analizar a la competencia para poder ofrecer un servicio que se diferencie al resto, así mismo investigar sobre los cambios que pueda haber en el mercado, para poder adaptarse a las necesidades que requieran los clientes, y por último se le recomienda tener como prioridad a los clientes, con la finalidad de poder generar más ingresos para la empresa.

Invitar a los representantes de las micro y pequeñas empresas y colaboradores a que tengan como prioridad la gestión de calidad en sus negocios, ya que se requiere el compromiso de toda la organización para mejorar el servicio que están brindando, así mismo se le recomienda a los representantes que instruyan a sus colaboradores constantemente para brindar una excelente atención al cliente, lo cual hará que la empresa sea reconocida por el buen trato que se le da a las personas, y por último se les recomienda a que lleven cursos relacionados con la atención al cliente o que contraten a una persona experta para instruirles acerca de este tema, y que tengan en cuenta la comunicación, lo cual hará que haya un mejor clima laboral en la empresa y que este ambiente se refleje hacia los clientes

Ejecutar el plan de mejora que se planteó en la presente investigación, ya que las estrategias plasmadas permitirán alcanzar las metas y objetivos que cada microempresa de rubro parrillas tiene, así mismo ayudara a tener una mejor productividad que les permita sobresalir en el mercado competitivo

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albido, C. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio. rubro pollerías, en la Avenida Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION_CLIENTE_ALBILDO_DOMINGUEZ_CRISTHIAN_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Alcazar, P. (2017). *Cliente. RELACION EMPRESA – CLIENTE.* https://www.edebe.com/ciclosformativos/zonapublica/UT09_830030_LA_CEyA_C_CAS.pdf
- Alvites, R. (2019). *6 beneficios de formalizar una empresa.* https://www.bsale.com.pe/article/6-beneficios-de-formalizar-una-empresa?fbclid=IwAR0hqJ3VsI7HW1nnhKjdmnlRtxLZGi1e_k9Ah7cYlyB5Itz4L_CQmyCFIs4
- Arenal, L. (2017). *Atención básica al cliente.* <https://ebookcentral.proquest.com/>
- Arias, Coreas y Sanchez. (2016). *Auditoría 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, San Salvador
- Ariza, F y Ariza, J (2018). *Comunicación y atención al cliente.* <https://www.marcialpons.es/libros/comunicacion-y-atencion-al-cliente/9788448609733/>

- Baca, L. (2017). *Por qué mueren las empresas*.
<https://www.laprensa.com.ni/2017/10/06/economia/2309042-por-que-mueren-lasempresas>
- 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, Perú.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228/GESTION_DE_CALIDAD_EN_LA_ATENCION_AL_CLIENTE_BUENO_MARTINEZ_MICELI_PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cámara de Comercio de Lima (2018). Pyme emplea al 75% de la población económicamente activa del Perú. <https://andina.pe/agencia/noticia-pyme-emplea-al-75-de-poblacion-economicamente-activa-del-peru-714211.aspx>
- Chamorro, S. (2016). *La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad*. <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestion-calidad>
- Cortes, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (iso 9001:2015)*.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docI>
- Empresas, negocios, Pymes. (2016). *Problemáticas actuales de las PYMES en México*.
<https://www.soyconta.com/problematicas-actuales-de-las-pymes-enmexico/>
- ESAN (2018). *¿Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa?*
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/por-que-implementar->

un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa/

Escandón, L. (2017). *Propuesta de mejora de los servicios en el bar restaurante Macho Sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18362/1/Tesis-Leonardo-Escandon-Calidad-de-Servicios.pdf>

Estrada, W. (2014). *Servicio y atención al cliente*.
<http://historico.pj.gob.pe/CorteSuprema/cij/documentos/ServicioAtencionCliente110708.pdf>

Figuerola, C. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro restaurantes, JR. Ladislao Espinar CDR.3, ciudad de Chimbote, 2016*. (tesis de pregrado), Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8223/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_FIGUEROA_RODRIGUEZ_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Extrader. (2017). *Cómo implementar un sistema de gestión de calidad en una empresa*.
<https://www.emprendices.co/implementar-sistema-gestion-calidad-una-empresa/>

ISO 9001 (2015). *Sistemas de gestión de calidad*.
<http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/ftp/Normas%20ISO/ISO%209001-2015%20Sistemas%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20Calidad.pdf>

Laverde, E. (2016). *Gestión de mypes.*

https://es.slideshare.net/enriquelaverdecastillo5/gestion-de-20mypes?fbclid=IwAR0Ni5sQ263KElps1SEgJ9f67i4nCY-Wkd-%20EKYsOYx_uLTdutWkk4gDoefw

Ley 28015. (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa.*

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Ley 30056. (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.*

http://www.sice.oas.org/SME_CH/PER/Ley_30056_s.pdf

Luco, A. (2018). *¿Por qué fracasan las PYMES?* <https://www.businessconsulting.cl/por-que-fracasan-las-pymes/>

Mata, I. (2016). *Las 5 causas más frecuencia del fracaso empresaria.*

<https://www.emprenderalia.com/las-5-causas-mas-frecuentes-del-fracaso-empresarial/>

Ochoa, V. (2018). *Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención.*

<https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918-noticia/>

Palacios, A. (2018). *Perú: situación de las micro y pequeñas empresas.*

<https://www.expreso.com.pe/opinion/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>

Paulisse, L. (2015). 8 factores por los que fracasan el 90% de las PYME.

<https://destinonegocio.com/cl/economia-cl/8-factores-fracasan-90-pyme/>

Rendon, D. (2018). *Principios del servicio al cliente: la razón fundamental del éxito de la empresa.* <https://blog.comparasoftware.com/principios-del-servicio-al-cliente/>

Raffino, A. (2019). Gestión de calidad. <https://concepto.de/gestion-de-calidad/>

Reyes, S. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación Share, sede Huehuetenango* (tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Huehuetenango, Guatemala.
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>

Santa, A. (2016). *¿Por qué algunas empresas extranjeras fracasan en Panamá?*

<https://www.laprensa.com.ni/2017/10/06/economia/2309042-por-que-mueren-las-empresas>

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>

Scarilli, J. (2015). *La importancia de un excelente servicio al cliente y las encuestas de satisfacción.*

<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelente-servicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan>

manuel-scarilli

- Sonia. (2016). *La importancia de la satisfacción del cliente*.
<https://www.faxvirtual.com/blog/la-importancia-de-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Tarodo, C. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente*.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3229607&query=D%C3%ADaz%2CF.+M.+J.+%282014%29.+Atenci%C3%B3n+al+cliente%3A+manual+te%C3%B3rico>
- ULADECH. (2019). *Código de ética para la investigación*.
<file:///C:/Users/nicol/Downloads/C%C3%B3digo%20de%20%C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>
- Villacorta, H. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas del sector servicio – rubro restaurante, Urbanización los Jardines, Trujillo 2018* (tesis de pregrado). Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 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). Universidad católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zavaleta, J. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Santa, 2018 (tesis de pregrado)*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15154/GESTION_MICROEMPRESAS_ZAVALETA_SALDANA_JOSE_VICTOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
ACTIVIDADES	Año 2019				Año 2020								Año 2021				Año 2021	
	Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I					
	Mes				Mes				Mes				Mes				Mes	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1. Elaboración del proyecto	x	x	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. Elaboracion y validacion del instrumento de recolecion de informacion						x												
7. Elaboración del consentimiento informático							x											
8. Recoleccion de datos								x										
9. Presentacion de resultados									x									
10. Analisis e interpretacion de resultados										x								
11. Redaccion del informe preliminar											x	x						

Anexo 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			
(Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
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	1	50.00
Sub total			88.50
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	5.00	4	20.00
Sub total			20.00
Total de presupuesto desembolsable			108.50
Presupuesto desembolsable			
(Universidad)			
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	Actividad comercial
1	Anticuchería “La Arequipeñita”	Servicios	Jr. José Olaya 145, Chimbote 02803
2	El Parrillero	Servicios	Jr. Espinar 385 ^a Casco Urbano
3	El Huarique de las parrillas	Servicios	Leoncio Prado 626
4	Parrilladas Papo’s	Servicios	Prolongación Leoncio Prado 1131. Chimbote
5	Parrillas “Casa Blanca	Servicios	Jr. Leoncio Prado, Chimbote 02803
6	RestoBar “Pasaypica”	Servicios	Jr. José Olaya 10, Chimbote 02803
7	Anticuchería “La Gitana”	Servicios	Jr. Ladislao Espinar 385-A, Chimbote
8	Restaurante Parrilladas “Romerito”	Servicios	Jr. Carlos de los Heroes N° 489
9	Momo’s Restaurant	Servicios	Jr Ladislao Espinar 472, Chimbote
10	Fiesta “Pollos y Parrillas”	Servicios	Jr. Manuel Ruiz N°590
11	Parrillas 4 ases	Servicios	Prolongación José Balta, Chimbote

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 DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO PARRILLAS EN LA ZONA CENTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, 2019, para obtener el grado de Bachiller en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. 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

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
- c) A veces

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

20. Principales factores 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 parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
Edad	a) 18-30 años	III	4	36.36
	b) 31-50 años	IIII	5	45.45
	c) 51-a mas	II	2	18.19
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Género	a) Masculino	IIII I	6	54.55
	b) Femenino	IIII	5	45.45
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Grado de instrucción	a) Sin instrucción		0	0
	b) Educación básica		0	0
	d) Superior no universitario	IIII	5	54.55
	e) Superior Universitario	IIII I	6	45.45
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Cargo que desempeña	a) Dueño	IIII III	8	72.73
	b) Administrador	III	3	27.27
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Tiempo que se desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años	II	2	18.18
	b) 4 a 6 años	IIII	6	27.27
	c) 7 a más años	III	3	54.55
	Total	IIII IIII I	11	100.00

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuesta	Tabulación	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro	a) 0 a 3 años	II	2	18.18
	b) 4 a 6 años	IIII	4	36.36
	c) 7 a más años	IIIII	5	45.46
	Total	IIIII IIII I	11	100.00
Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores	IIIII	5	45.45
	b) 6 a 10 trabajadores	IIIII I	6	54.55
	c) 11 a más trabajadores		0	0
	total	IIIII IIII IIII	11	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares	II	2	18.18
	b) Personas no familiares	IIIII IIII	9	81.82
	Total	IIIII IIII I	11	100.00
Objetivo de la creación	a) Generar ganancias	IIIII I	6	54.55
	b) Subsistencia	IIIII	5	45.45
	Total	IIIII IIII I	11	100.00

Tabla 3. Característica de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

Preguntas	Frecuencias	Tabulación	N	%
Conocimiento del termino de gestión de calidad	a) Sí	IIII II	4	36.36
	b) No		0	0.00
	c) Tiene poco conocimiento	III	7	64.64
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Técnicas modernas que conoce de la gestión de calidad	a) Benchmarking	IIII III	9	81.82
	b) Atención al cliente	II	2	18.18
	c) Empowerment		5	0.00
	d) Las 5 s		0	0.00
	e) Outsourcing		0	0.00
	f) Otros		0	0.00
	g) Ninguno		0	0.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Dificultades de los trabajadores para implementar la gestión de calidad	a) Poca iniciativa	II	2	18.18
	b) Aprendizaje lento	III	3	27.27
	c) No se adapta a los cambios	IIII	6	54.55
	e) Desconocimiento del puesto		0	
	f) Otros		0	0
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Técnicas que conoce medir el rendimiento del personal	a) Observación	IIII III	8	72.73
	b) Evaluación	III	3	27.27
	c) Escala de puntuación		0	0.00
	d) Evaluación de 360°		0	0.00
	e) Otros		0	38.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00

Preguntas	Respuestas	Tabulación	N	%
La gestión de calidad mejora rendimiento del negocio	a) Sí	IIII IIII I	11	100.00
	b) No		0	0.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas	a) Sí	IIII I	6	54.55
	b) No		0	0.00
	c) A veces	IIII	5	45.45
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Conocimiento del termino atención al cliente	a) Sí	IIII IIII	9	81.82
	b) No		0	0.00
	c) Tengo cierto conocimiento	II	2	45.45
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus cliente	a) Sí	IIII I	6	54.55
	b) No		0	0.00
	c) A veces	IIII	5	45.45
	Total	IIII IIII IIII	11	100.00
La atención al cliente es fundamental	a) Sí	IIII IIII	9	81.82
	b) No	II	2	18.18
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Herramientas para un servicio de calidad	a) Comunicación	IIII II	7	63.64
	b) Confianza	II	2	18.18
	c) Retroalimentación	II	2	18.18
	d) Ninguno		0	0.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00

Preguntas	Repuestas	Tabulación	N	%
Principales factores para la calidad al servicio que brinda	a) Atención personalizada	III	3	27.27
	b) Rapidez en la entrega de los productos	IIII III	8	72.73
	c) Las instalaciones		0	0.00
	d) Ninguno		0	0.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00
La atención que brinda al cliente es	a) Buena	IIII III	8	72.73
	b) Mala	III	3	27.27
	c) Regular		0	0.00
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Razón por la que se da una mala atención	a) No tiene suficiente personal		0	0.00
	b) Por una mala organización de los trabajadores	III	3	27.27
	c) Si brinda una buena atención al cliente	IIII III	8	72.73
	Total	IIII IIII I	11	100.00
Resultados de una buena atención al cliente	a) Clientes satisfechos	II	2	18.18
	b) Fidelización de los clientes	IIII I	6	54.55
	c) Posicionamiento de la empresa		0	0.00
	d) Incremento de las ventas	III	3	27.27
	Total	IIII IIII I	11	100.00

Anexo 7: Consentimiento informado

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO PARRILLAS EN LA ZONA CÉNTRICA DEL DISTRITO CHIMBOTE, AÑO 2019

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación a fin de averiguar la incidencia de la Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y preguntas resueltas. El propósito del estudio es investigar de la Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar la Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará a usted si utiliza o no la Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

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

Beneficios

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

Confidencialidad de la información

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

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con la investigadora principal de Chimbote, Perú estudiante Vasquez Alarcón Nicole Daniela al celular 960997053, o al correo: nicoleva2702@gmail.com. Y si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Escuela profesional de Administración, Telf: 350190, E-mail: escuela_administracion@uladech.edu.pe.

Consentimiento / Participación voluntaria

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

Declaración del participante

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

<u>Raúl Chauca</u> Nombre participante	 Firma participante	<u>24/10/20</u> Fecha
<u>Nicole Vásquez</u> Nombre investigador	 Firma investigador	<u>7.30 pm</u> Hora
<u>DR. Reinerio Zacarias</u> Nombre docente	 Firma docente	

Anexo 7: Figuras

1. Respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019.

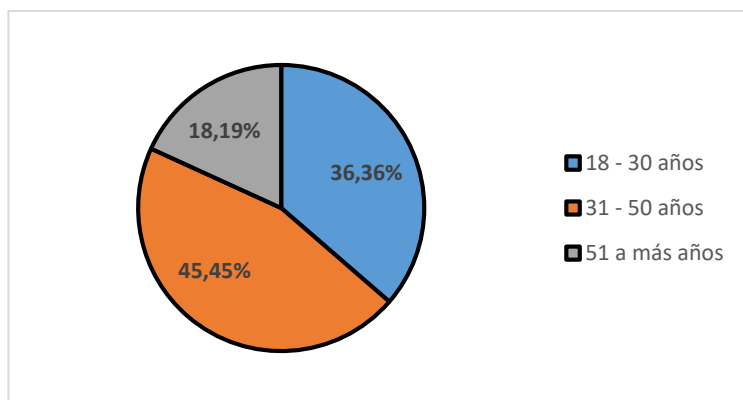


Figura 1. Edad

Fuente: Tabla 1

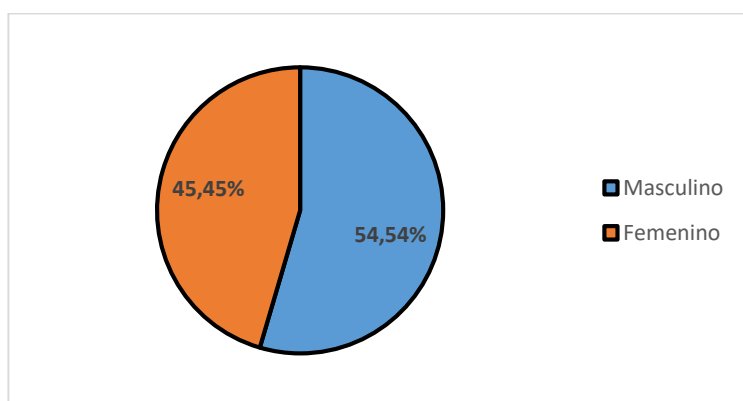


Figura 2. Género

Fuente: Tabla 1

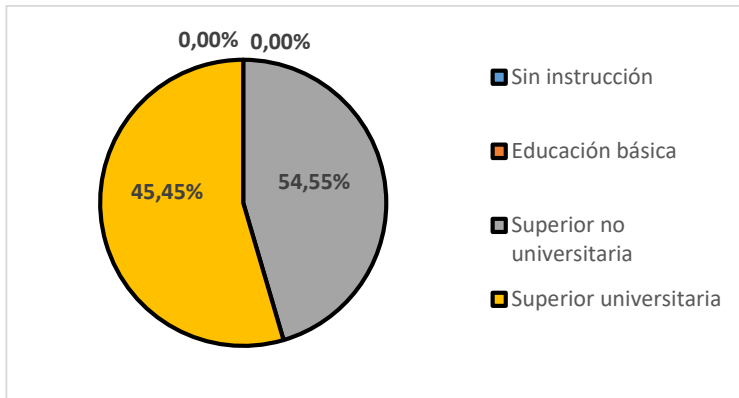


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

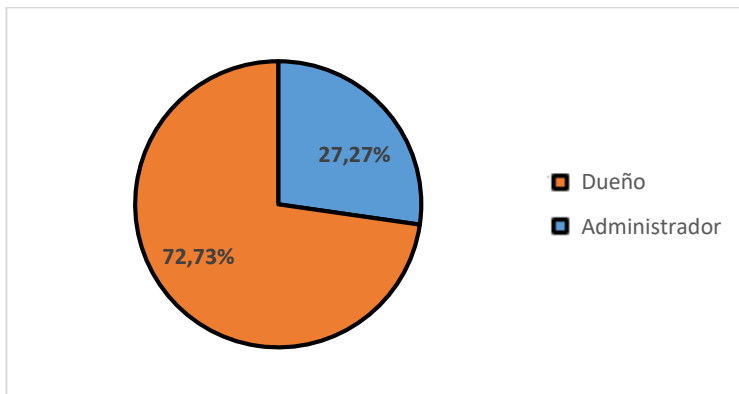


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

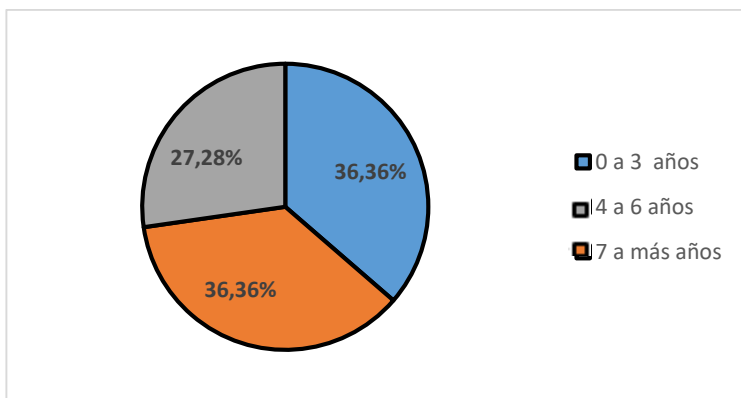


Figura 5. Tiempo que se desempeña en el cargo

Fuente: Tabla 1

2. Respecto a las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2018.

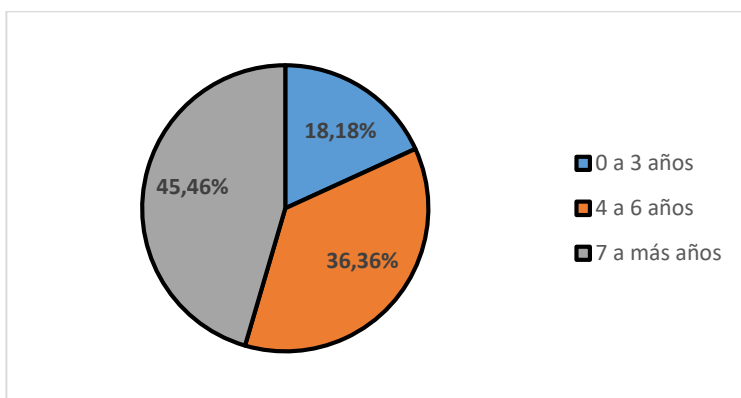


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente: Tabla 2

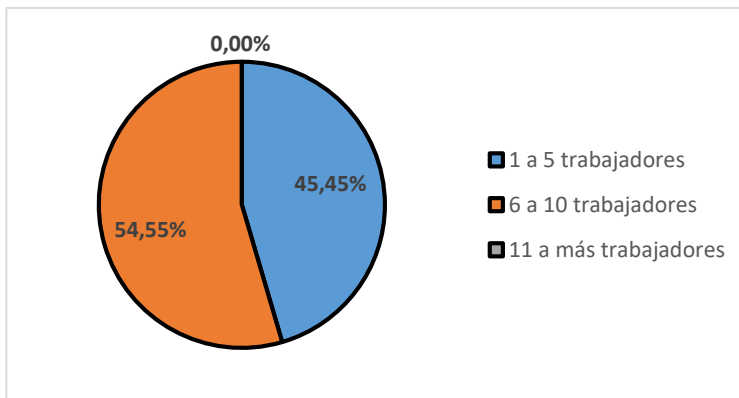


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

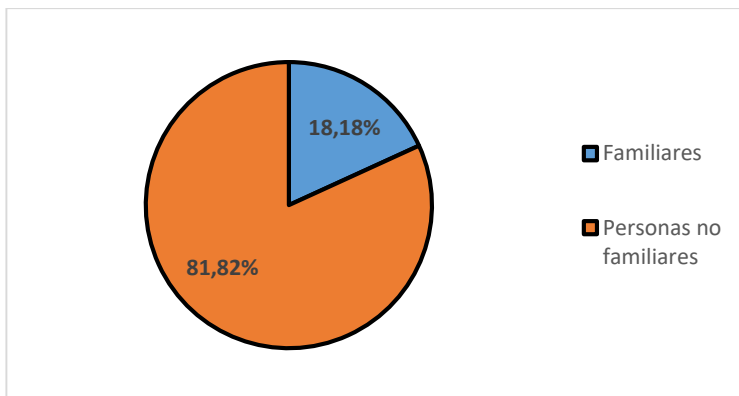


Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son

Fuente: Tabla 2

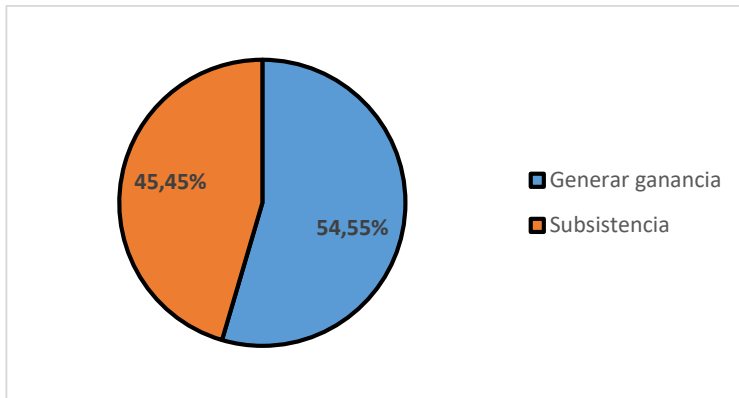


Figura 9. Objetivo de creación de la empresa

Fuente: Tabla 2

- Respecto a las características de la atención al cliente como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, 2019.

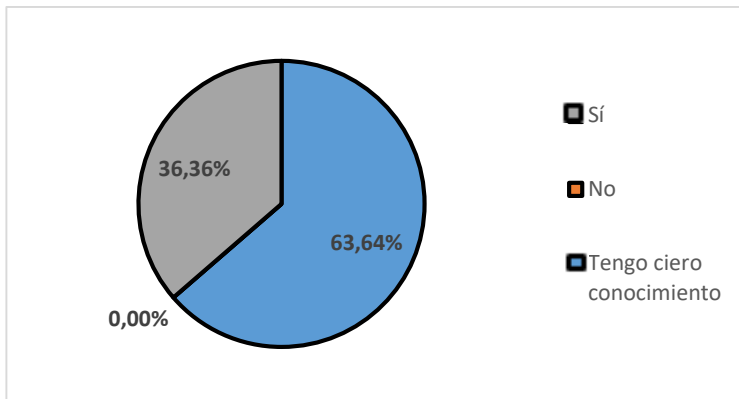


Figura 10. Conocimiento del término de gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

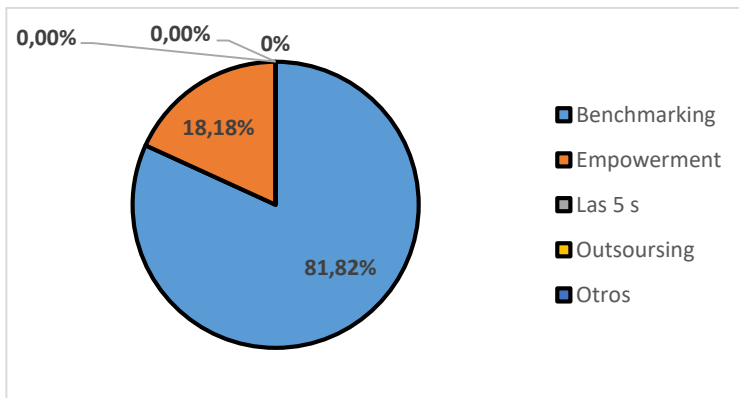


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

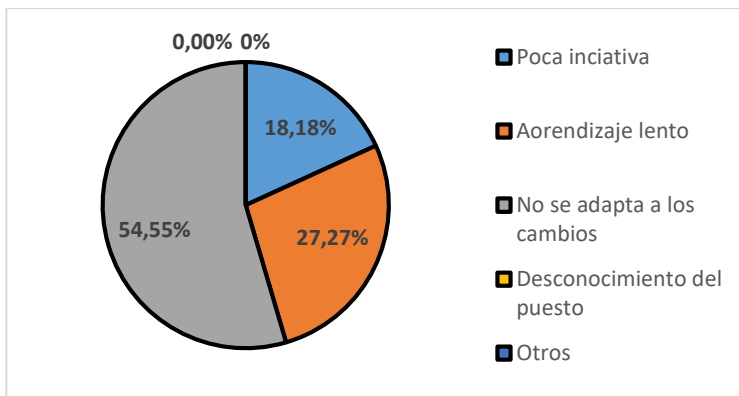


Figura 12. Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

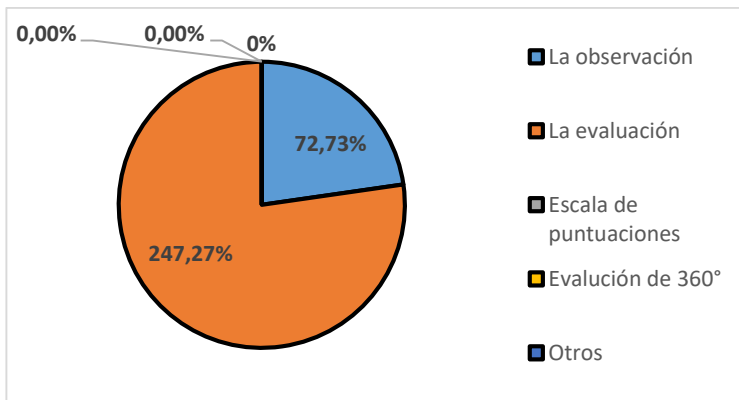


Figura 13. Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal

Fuente: Tabla 3

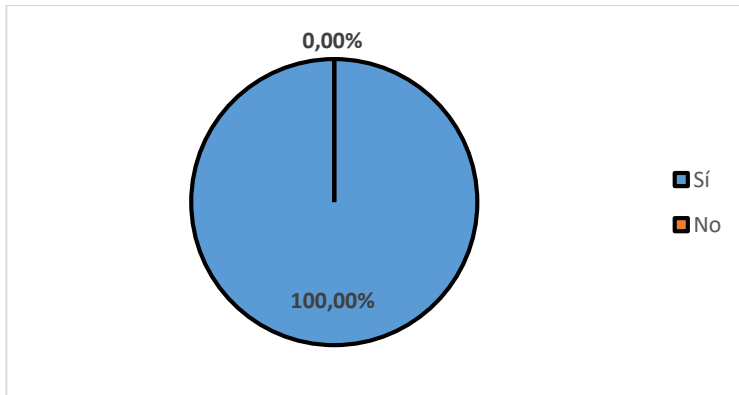


Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 3

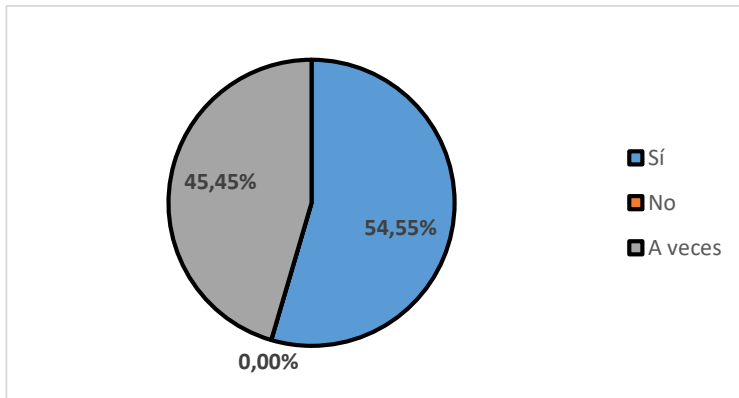


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas

Fuente: Tabla 3

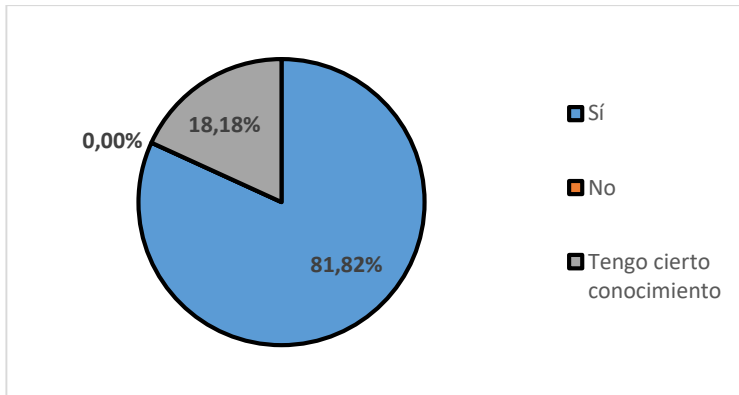


Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente

Fuente: Tabla 3

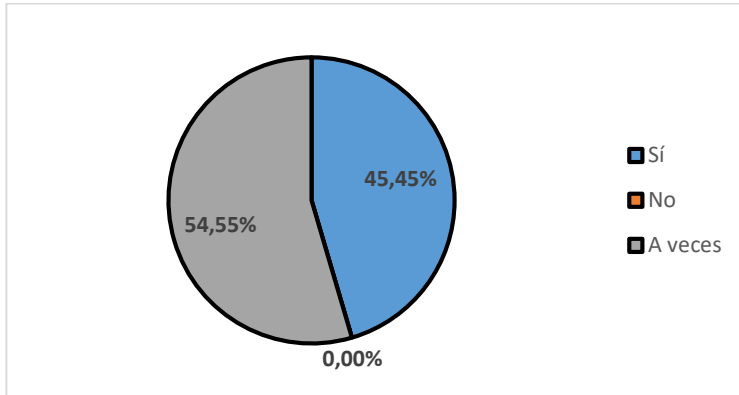


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Tabla 3

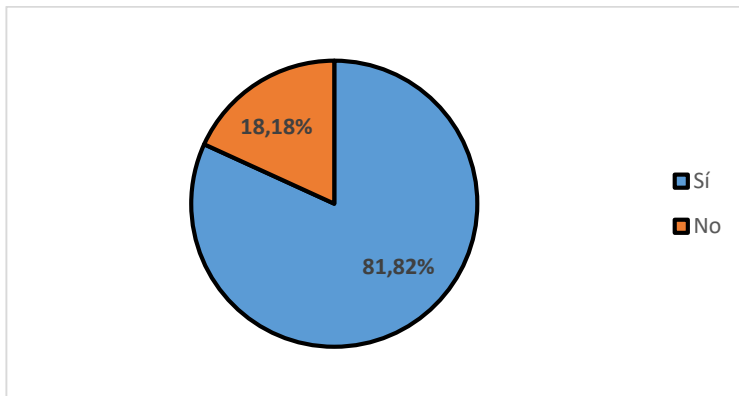


Figura 18. La atención al cliente es fundamental

Fuente: Tabla 3

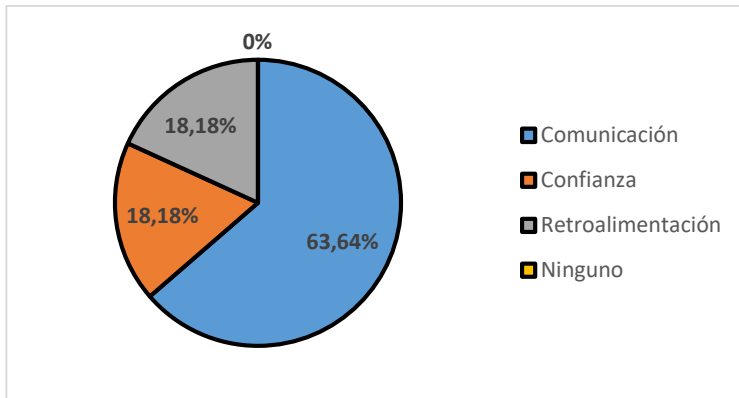


Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad

Fuente: Tabla 3

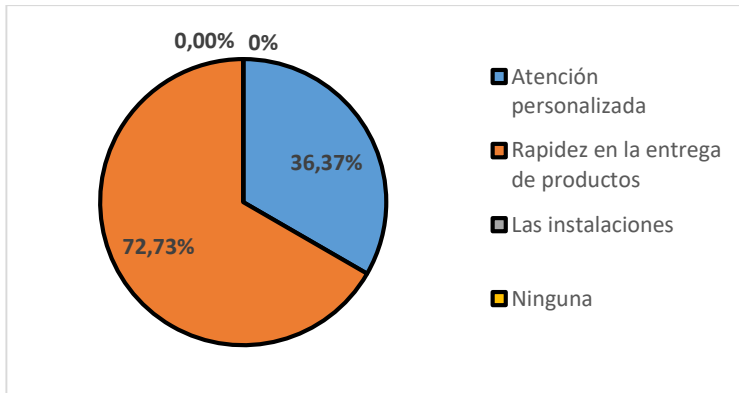


Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda

Fuente: Tabla 3

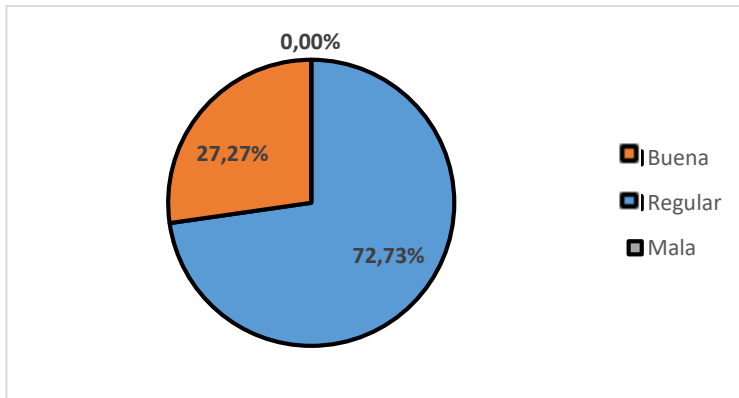


Figura 21. La atención que brinda al cliente es

Fuente: Tabla 3

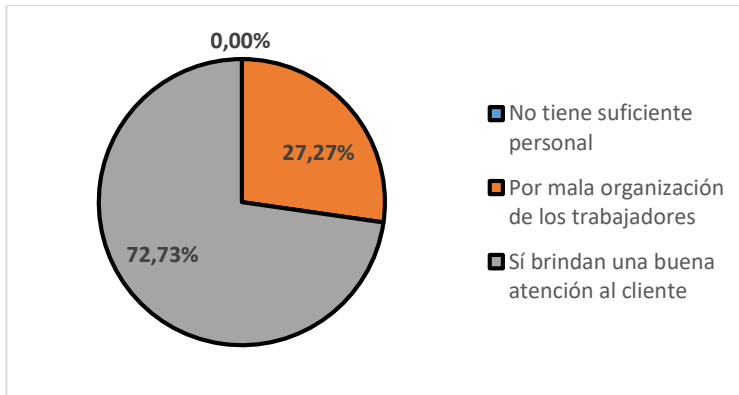


Figura 22. Razón por la que se da una mala atención

Fuente: Tabla 3

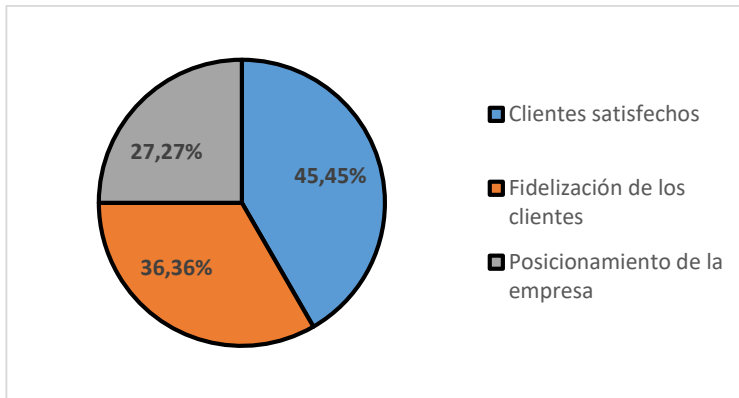


Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente

Fuente: Tabla 3