



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE
COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD
DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DEL PUEBLO JOVEN
DE VILLA MARÍA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE,
2020

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

AUTORA

QUEZADA FLORES, RUTH KARINA

ORCID: 0000-0002-9344-9186

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE -PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Quezada Flores, Ruth Karina
ORCID: 0000-0002-9344-9186

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 e Ingeniería, Escuela
Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000 - 0003 - 2177 - 5676

Salinas Gamboa José German

ORCID: 0000 - 0002 – 8491 – 0751

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000 – 0003 – 1132 - 2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

Presidenta

Salinas Gamboa José German

Miembro

Mino Asencio María Isabel

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios, por darme la vida y por permitirme a ver llegado hasta momento tan importante de mi formación profesional, guiándome con sabiduría para no rendirme en ningún momento.

A mis padres por ser el apoyo más importante y por brindarme siempre su cariño y comprensión. Este gran logro también me lo dedico a mi demostrándome que si pude y puedo seguir logrando grandes cosas en mi vida la clave de este triunfo es la fuerza y voluntad que le puse.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco en primer lugar a Dios por haber guiado y acompañado a lo largo de este tiempo, por haberme brindado una vida llena de enseñanzas y experiencias.

Le doy gracias a mis padres y hermanos ya que son mi mayor inspiración y que están siempre dispuestos apoyarme, agradecerles su dedicación, confianza y por todo lo que han dado a lo largo de mi carrera.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal: 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 servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020. El diseño de la investigación que se aplicó fue no experimental, transversal, descriptiva y una población muestral de 10 Mypes, donde se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el instrumento de recolección de datos. Obteniendo como los siguientes resultados: Respecto a las edades de los representantes se obtuvo que el 60% tienen de 31 a 50 años, el 60% son de género masculino, referente al grado de instrucción el 58% consta de un estudio técnico, el 60% de las Mypes tiene como objetivo de creación generar ganancias, el 60% expresó que si conoce el término gestión de calidad, por otro lado el 100% de encuestados conoce las técnicas de atención al cliente, el 100% manifestó que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 50% utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 50% considera que el principal factor para la calidad es la rapidez en la entrega de los productos, el 50% obtuvo como resultado clientes satisfechos al brindar una buena atención al cliente, el 50% de los encuestados motiva a sus colaboradores dándoles incentivos, ascendiendo de cargo y el otro 50% con los incentivos, ascensos y reconocimientos. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas en su mayoría si conoce el término atención al cliente, pero no todos aplican en sus organizaciones por falta de información ya que la mayoría solo tienen su grado académico técnico ya que eso es una parte importante para poder sacar adelante a una empresa teniendo un mejor conocimiento teórico y práctico.

Palabras clave: Gestión, Calidad, Incremento de ventas, Incentivos, Gestión de Calidad.

ABSTRAC

The main objective of this research is: To determine if the improvement of customer service as a relevant factor allows quality management in micro and small companies in the service sector, restaurant business in the young town of Villa María in the Nuevo Chimbote District, 2020 The research design that was applied was non-experimental, cross-sectional, descriptive and a sample population of 10 MSEs, where the survey technique was used and the data collection instrument was used as an instrument. Obtaining the following results: Regarding the ages of the representatives, it was obtained that 60% are between 31 and 50 years old, 60% are male, regarding the degree of instruction, 58% consist of a technical study, 60 % of the MSEs have the objective of creating to generate profits, 60% expressed that if they know the term quality management, on the other hand, 100% of respondents know customer service techniques, 100% said that quality management contributes to improving business performance, 50% use communication as a tool for quality service, 50% consider that the main factor for quality is the speed in the delivery of products, 50% obtained customers as a result Satisfied by providing good customer service, 50% of those surveyed motivate their collaborators by giving them incentives, promoting their position and the other 50% with incentives, promotions and recognition. The research concludes that the representatives of micro and small companies mostly do know the term customer service, but not all apply in their organizations due to lack of information since most only have their technical academic degree since that is a part important to be able to carry out a company having a better theoretical and practical knowledge.

Keywords: Management, Quality, Sales Increase, Incentives, Quality Management.

CONTENIDO

1. Título de la Tesis	i
2. Equipo de Trabajo	ii
3. Hoja de jurado evaluador y asesor	iii
4. Hoja de Agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción	11
II. Revisión de la literatura	16
III. Hipótesis:.....	38
IV. Metodología	39
4.1 Diseño de la investigación.....	40
4.2 Población y muestra.....	40
4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores	41
4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	46
4.5 Plan de análisis.....	46
4.6 Matriz de consistencia:	47
4.7 Principios éticos	49
V. Resultados:	50
5.1 Resultados.....	50
5.2. Análisis de los resultados:	66
VI. Conclusiones	74
Aspectos complementarios	75
Referencias bibliográficas:.....	76
Anexos.....	79

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa Daría del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.....	50
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa Daría del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020	51
Tabla 3. Características sobre Gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote,2020.....	52

Figuras

Figura 1. Edad.....	96
Figura 2. Genero	96
Figura 3. Grado de instrucción	97
Figura 4. Cargo que desempeña	97
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	98
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro	98
Figura 7. Número de trabajadores	99
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa	99
Figura 9. Objetivo de creación	100
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad	100
Figura 11. Técnicas de la gestión de calidad	101
Figura 12. Dificultades de implementar la gestión.....	101
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	102
Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.	102
Figura 15. Gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas.	103
Figura 16. Termino de atención al cliente	103
Figura 17. Gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes	104
Figura 18. La atención al cliente hace que vuelvan al negocio	104
Figura 19. Herramientas para un buen servicio de calidad.....	105
Figura 20. Factores que brindan servicio de calidad	105
Figura 21. Resultados que se logran por un buen servicio	106
Figura 22. Estrategias para la satisfacción al cliente	106
Figura 23. Normas que caracteriza a la empresa	107
Figura 24. La atención al cliente como gestión de calidad.....	107
Figura 25. Atención al cliente como factor relevante para mejor la satisfacción....	108
Figura 26. Mejorar la atención al cliente.....	108
Figura 27. Ventajas de un buen servicio.....	109
Figura 28. Estrategias para mejorar el servicio	109
Figura 29. Maneras de motivar al trabajador.....	110
Figura 30. Estrategias aplicadas el último año	110

I. INTRODUCCIÓN

La tarea de todos los administradores es siempre estar dispuesto para enfrentar y solucionar de manera asertiva las dificultades que se puedan presentar a diario en la empresa durante el desarrollo de las actividades, para esto el administrador debe ser capaz, ingenioso y resolutivo al momento de proponer alternativas de solución, ya que se debe tomar en cuenta que toda decisión tomada debe cumplir con los objetivos de la empresa.

La atención al cliente se ha convertido en un factor de suma importancia para el crecimiento de los negocios, es por ello que su correcta aplicación garantiza el éxito de las grandes empresas, así como las de menor tamaño que son las pequeñas empresas del país. El (INEI) nos muestra que el 99,5% de establecimientos en nuestro país son pequeñas y micro empresas que actualmente ejercen un rol que es fundamental en la economía del país coopera con la creación de más puestos de trabajo, disminuyendo las carencias e incrementando el valor monetario de producción en bienes y servicios.

Las Mypes deben comprometerse, promover no sólo servicio al cliente, sino un excelente servicio al cliente. “las personas sin trabajo aumentaron en 18.3% y alcanzaron las 321,700”. La decisión para crear establecimientos se produce cuando el autofinanciamiento baja ya que en el sector micro financiero se cobran las tasas de interés más altas del sistema, produciendo un alto índice de morosidad, esto se debe a la falta de información necesaria para la toma de decisiones.

Así mismo Avolio (2011) nos dice que:

La labor que llevan a cabo las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) es de indiscutible relevancia, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican. (p.5)

La escala competitiva de las micro y pequeñas empresas es baja y el problema radica en la carencia de gestión de calidad; No todos los que dirigen una empresa son capacitados en su totalidad, en la mayoría de los casos desconocen, que una correcta planificación, organización, dirección y control de la empresa optimizaría el desarrollo organizacional, trayendo consigo resultados exitosos, además, la constante investigación del mercado globalizado es factor clave para mantener un nivel

altamente competitivo; muchas de las micro y pequeñas empresas son informales por falta de orientación y de inmoralidad en los empresarios.

En su origen de la informalidad nos hablaba solo de las situaciones de un sector de trabajadores de sus dificultades en el empleo, salarios, ingreso al mercado de competencia; de aquellas ocupaciones para que puedan subsistir en las condiciones y aspirar a la mejora continua. Pero en estos tiempos, sobresale el pensamiento del sector informal de la economía está establecido totalmente por el conjunto de diversas labores empresariales que son practicadas externamente de la normativa de Estado. En el Perú son utilizados dos enfoques del sector informal.

Enfoque de la excedencia del esfuerzo ya sea físico o mental que es aplicada en la etapa de la elaboración de un bien. Es dada por la incompetencia del sector poco tradicional con pocos recursos para la producción para poder sorber la oferta de trabajo disponible en los lugares urbanos. Cuando hablamos de disponibilidad no es tan solo producto del crecimiento demográfico, sino también de los resultados de migración a la ciudad, dada a la posibilidad de mayores salarios. Es muy diferente para la mano de obra urbana ya que para ellos se les presenta solo dos opciones que son el desempleo o la informalidad.

Enfoque de la rigidez institucional. Para algunas micro empresas la informalidad es la decisión de mantenerse al margen de la regulación estatal, ya que la rigidez institucional implica elevados costos y ellos reducen su rentabilidad.

También encontramos fallas de estructura administrativa que son ocasionadas por la complejidad, por falta de preparación, capacitación de los jefes para declarar resultados de sus actividades. Dicha estructura impide a dar un paso a la formalidad; y en la medida que la relación con el Estado se traduce en relevantes costos para la empresa.

En la actualidad en el distrito de Nuevo Chimbote, existen micro y pequeñas empresas que presentan obstáculos de desarrollo en el mercado, pérdida de ganancias, pérdida de clientes, y en muchas ocasiones esto los lleva al fracaso empresarial, esto se debe a problemas en la organización como una mala administración en la gestión de calidad, problemas en el área operativa como en el área de estrategias. La mayoría de los

empresarios no saben cómo enfrentar a los nuevos competidores del mercado, de esta manera lo único que les importa es mantener día a día el negocio en pie y no aspiran a

cumplir nuevos retos y así crecer y quizás hasta ser la mejor organización de todas las demás marcando la diferencia. Por otro lado, existe micro y pequeñas empresas que la ubicación no juega a favor de ellas de tal modo que estas se ven en desventajas con las otras que si están bien ubicadas como en el centro de lugares que las personas pueden visualizar fácilmente y muchas organizaciones pierden clientela. Esto pasa por que muchos de los representantes de las organizaciones no están adecuadamente capacitados esto nos deja en claro que muchas de las personas que dirigen un negocio desconocen de estrategias y de una buena admiración por eso solo lo hacen por instinto y para sobrevivir en el mercado y cubrir sus necesidades primordiales, también muchos de los clientes no encuentran la satisfacción en su servicio.

En México el 38% de los dueños de las micro y pequeñas empresas señalan que la razón más resaltante por la cual las Mypes no crecen es la falta de crédito, de acuerdo a la Encuesta Nacional para Productividad y competitividad de las Mypes. En este país se presentan tres factores de problemas empresariales y desarrollo de las empresas el problema principal es la falta de financiamiento, uno de los factores que causa el cierre de las organizaciones. Según el Centro para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial, el 75% de los nuevos negocios en México es capaz de sobrevivir a los dos años de vida. Entre los tres problemas principales esta la falta de rentabilidad, problemas personales y dificultad para encontrar financiamiento (Velásquez, 2018).

Por lo tanto, en Colombia las micro, pequeñas y medianas empresas generan un 67% de empleo y aportan un 28% del PIB, por ello está presentando cifras bajas a comparación de otros países donde las mypes son más trascendentales en la economía. De acuerdo al banco Municipal de Colombia en el año 1990 se encontraba en el puesto 40 con un mejor PIB, en en día se encuentra en el puesto 26, escalando 14 posiciones, claramente nos damos cuenta cuanta diferencia hay. No cabe la mayor duda sobre la importancia de las micro empresas en Colombia ya que demuestra que son fundamentales para el crecimiento de nuestro país. Colombia es un país de micro empresas y en sus 32 departamentos mal el Distrito son fundamentales en la producción nacional (Acosta, 2016).

En Perú el 67% de clientes se aleja por una mala gestión en atención. De tal manera muchas empresas no toman en consideración que la atención al cliente es una parte vital para que el consumidor regrese a solicitar sus productos o servicios. De otro

modo las micro empresas perderán clientela, eso se pudo desprender del último reporte de la Calidad de servicios del 2018. Un 67% pide el libro de reclamaciones. Todas las empresas viven de los clientes, por eso muchas veces los clientes se percatan en una mala atención y lo que hacen es no regresar, esto nos deja una clara realidad que las empresas no están poniendo su mayor esfuerzo e inversión para capacitar y dedicar más importancia a sus clientes, para muchas empresas en el Perú en lo único que se centran es en obtener ingresos pero no se dan cuentas que los clientes hacen que las organizaciones sigan en pie y si no es por ellos la empresa quiebra (Ochoa, 2018).

Piura es una de las regiones con un mayor porcentaje de Mypes que son lideradas por el sexo femenino en el Perú, junto a la Libertad, Cuzco y Puno. El número de las empresas lideradas ha aumentado en transcurso del tiempo lo cual un 60.000 de los últimos 5 años ya que anteriormente se numeraba en un 1,05 millón en el año 2014 y fue aumentando a un 1,12 millón en el año 2018 de acuerdo con la información del Ministerio de Producción. El 77,8% de las micro y pequeñas empresas se encuentran lideradas por madres que se encuentran en el interior del país y el 22% restante en la capital (Lima). Esto nos da a conocer que la mayoría de empresas creadas son por necesidad ya que es una de las maneras de sostener a su familia. Las Micro empresas generan empleo para más de ciento ochenta mil personas de la región de Piura, cabe recalcar que la mayoría de las empresas están ubicadas en la Zona urbana de Piura. En cuanto a los rubros el 60% se dedica al comercio, a la agroindustria y pesqueras. El 45% son formales y el resto son informales. Además, sucede que la empresa recién creada un 15% en menos de dos años desaparece del mercado lo cual agrava el desempleo en muchas de las zonas urbanas (El Tiempo, 2019).

En Ancash la micro empresa son las que sostienen la economía y así ratifican sus más de 46 mil negociaciones que se tienen registrados la Dirección Regional de Desarrollo Empresarial. El 70% se dedica al rubro de comercio, como ventas en ropa, ventas de comida (restaurantes), y el sector servicio que tiene que ver con consultorios, y otros oficios. Y el otro 30% a la manufactura, construcción, la pesca entre otros. Hasta hace poco las empresas respondían a la cantidad de trabajadores que tenía ahora solo se hace con la cantidad de ventas al año (Radiorsd,2019).

En Chimbote se registró que solo un 20% de micro empresas esta formalizada y que el 80% de las otras son informales volviéndolo esto un problema para la economía. Una de las estrategias que están empleando una feria duradera entre 5 días y la meta es captar Mypes y formalizarlas y que el 80% de las Mypes concreten su formalización por un total desconocimiento en los tramites o por miedo es que muchos emprendedores de negocios no hacen su formalización. Y así pueden obtener beneficios para su empresa, capacitar a sus empleados y estar en un mejor sistema (Chimbotenlinea, 2019).

En el distrito de Nuevo Chimbote en el pueblo Joven de Villa María los representantes de las micro empresas conocen el termino de atención al cliente, pero no lo aplican en su organización ya que muchos de ellos creen que se necesita una gran inversión para capacitar a sus trabajadores y se requiere de tiempo, también se encontró una gran dificultad al para implementar la gestión de calidad ya que en las mypes los trabajadores no colaboran con su desarrollo se notó una falta de iniciativa, un aprendizaje lento.

Es por ello que frente a los problemas que se presentaron en esta investigación se realizara un plan de mejora en la cual permitirá a los empresarios desarrollar y definir sus debilidades, fortalezas, amenazas empresariales, identificar por que ocurren las pérdidas de clientes, porque muchas de las personas no se encuentran satisfechas en su atención, de producción y ganancias, también descubrir cuáles son sus ventajas y desventajas de su empresa a través de un estudio de mercado, con el fin de establecer acciones que permitan beneficios como capacitar a sus trabajadores para que brinden una buena atención al cliente y optimizar la administración utilizando recurso necesarios para ejecutar lo que se desea obtener y ejecutar con un plan de atención al cliente.

Por lo expresado se planteó el siguiente enunciado ¿La mejora de atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020.

Para dar respuesta a la pregunta de la 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 servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020. Para alcanzar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Determinar

las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020. Identificar las características de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020. Describir las características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020. Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020.

El presente trabajo se justificó porque nos permitió conocer las propuestas de mejora de la atención al cliente para las empresas de nuevo Chimbote que se dedican en brindar un servicio a los consumidores. La justificación fue teórica porque apporto información de las Mypes en la atención y gestión de calidad, lo que permitió obtener mejores conocimientos sobre el tema de tal modo poder lograr un análisis de la variable en estudio. Esta investigación se realizó porque existió una gran necesidad de mejorar en las organizaciones con el tema de brindar una buena atención al cliente. El resultado sirvió como marco teórico orientador para las empresas en estudio, también sirvió a los investigadores posteriores como fuente de información real y concreta a estudiantes de la carrera. Por último, permitió contar con datos estadísticos concretos y reales sobre la atención al cliente en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020. La investigación fue de diseño no experimental-transversal - descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta y así obtuvimos los siguientes resultados: Respecto a las edades de los representantes se obtuvo que el 60% tienen de 31 a 50 años, el 60% son de género masculino, referente al grado de instrucción el 58% consta de un estudio técnico, el 60% de las Mypes tiene como objetivo de creación generar ganancias, el 60% expresó que si conoce el término gestión de calidad, por otro lado el 100% de encuestados conoce las técnicas de atención al cliente, el 100% manifestó que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 50% utiliza la comunicación como herramienta para

un servicio de calidad, el 50% considera que el principal factor para la calidad es la rapidez en la entrega de los productos, el 50% obtuvo como resultado clientes satisfechos

al brindar una buena atención al cliente, el 50% de los encuestados motiva a sus colaboradores dándoles incentivos, ascendiendo de cargo y el otro 50% con los incentivos, ascensos y reconocimientos.

La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas en su mayoría si conoce el termino atención al cliente, pero no todos aplican en sus organizaciones por falta de información ya que la mayoría solo tienen su grado académico técnico ya que eso es una parte importante para poder sacar adelante a una empresa teniendo un mejor conocimiento teórico y práctico.

II REVISIÓN DE LITERATURA

Marco teórico y conceptual

2.1 Antecedentes Internacionales

Villalba (2016) en su tesis *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora- Ecuador*. Siendo el objetivo general: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. Así mismo los objetivos específicos son: Determinar las posibles causas que afectan a las expectativas del cliente por parte del servicio que obtienen. Establecer un diagnóstico de la calidad de servicio y atención al cliente que ofrece cada uno de los restaurantes. Definir estrategias de mejora que permitan brindar un servicio de calidad al cliente. En cuanto a la metodología de investigación de tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: “Azuca Beach”, “Azuca Latín Bistro” y “Q restaurant”, ubicados en la Plaza Foch sitio turístico y de entretenimiento de la ciudad de Quito. Así también, se ha evaluado el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores que trabajan en estos tres lugares. Para ambas evaluaciones se tomó una muestra representativa de la población de clientes tanto internos como externos, a quienes se les aplicó una encuesta, con la finalidad de conocer sus expectativas y experiencias. Finalmente, una vez realizadas las encuestas se pudo apreciar, una información más clara con respecto a las percepciones de los clientes y colaboradores. Con esta información y mediante el análisis de resultados se ha formulado una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, misma que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes. A partir de los resultados obtenidos las personas encuestadas que visitan este restaurante están entre los 18-25 años el mayor porcentaje de visitantes, seguidos por personas entre 26-30

años de edad, y finalmente entre 31-35 años. El 23% de los 114 encuestados, está totalmente de acuerdo en que el personal fue amable y respetuoso, el 38% está de acuerdo, el 36% se encuentra indeciso, y finalmente el 3% en desacuerdo, ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo. Con respecto a la limpieza del restaurante, es importante reconocer que los colaboradores de la empresa están al pendiente de realizar la limpieza constantemente, para evitar contratiempos con los clientes, esta debe ser la razón por la cual esta pregunta tiene un gran número de encuestados satisfechos. En cuanto a las conclusiones encontramos que, mediante el proceso de esta investigación, se ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado. El sistema de evaluación escogido ha reflejado de manera exitosa la situación actual del establecimiento, con respecto a la satisfacción del cliente tanto interno como externo. Permitiendo así, establecer las posibles soluciones a los problemas encontrados. La mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente.

Según Pérez (2015) en su tesis *Propuesta de un modelo de atención dirigido a clientes pymes a través de un back office en la compañía directv ecuador*, se planteó el problema: ¿Cómo se diseñara el proceso o modelo de atención al cliente el cual permita satisfacer de manera eficiente y eficaz al segmento de clientes considerados como Pymes además que permita satisfacer las necesidades en servicio y atención de los mismos tomando en cuenta la evaluación cuantitativa del tiempo de respuesta por parte de la compañía en las diferentes áreas y en los procesos que tienen que ver con la atención a estos clientes con el objetivo de mejorar este servicio y que estrategias se aplicaran para cambiar la cultura organizacional en el respeto al tiempo de respuesta? Como Objetivo General se planteó Diseñar la propuesta de un modelo de atención eficiente y eficaz dirigido al segmento de clientes PYMES mediante un back office en la compañía DirecTV Ecuador. Y como objetivo específico: Investigar la situación interna y externa de la empresa que permita afinar sus fortalezas, así como aprovechar oportunidades y reducir las amenazas y debilidades de la misma. Realizar la conceptualización de las principales definiciones y fundamentaciones teóricas que requiere la investigación. Realizar la propuesta del modelo de atención al cliente dirigido a clientes PYMES a través del Back Office de la compañía DirecTV Ecuador. Como Objetivo General se planteó Diseñar la propuesta de un modelo de atención eficiente y eficaz dirigido al segmento de clientes PYMES mediante un back office en la compañía DirecTV Ecuador. Y como objetivo específico: Investigar la situación interna y externa de la empresa que permita afinar sus fortalezas, así como aprovechar oportunidades y reducir las amenazas y debilidades de la misma. Realizar la conceptualización de las principales definiciones y fundamentaciones teóricas que requiere la investigación. Realizar la propuesta del modelo de atención al cliente dirigido a clientes PYMES a través del Back Office de la compañía DirecTV Ecuador. Diseño metodológico de la investigación en esta interesante

problemática científica se orienta el diseño de investigación, en la búsqueda de alternativas y estrategias en lo referente a la atención al cliente Pyme por parte de la empresa DirecTV por cuanto es importante conocer cómo se han adaptado los medios de comunicación tradicionales referente en el país y cuál ha sido su evolución desde 1994. El tamaño de la Población se saca directamente de la Base de Datos de DIRECTV ECUADOR C. Ltda. Y tiene un total de 30.914 suscriptores. (Lista Completa de Clientes). La presente investigación se realiza a 94 clientes de la base de suscriptores que son PYME tomando como muestra a ser evaluada en referencia a la satisfacción del servicio al cliente en la empresa DirecTV. En referencia a las encuestas realizadas sobre la atención que brinda la empresa a los clientes Pyme el 50% indica que muy buena el 20% indica que bueno, el 20% Regular, un 10% indica que excelente. De acuerdo a la pregunta que se realizó a los encuestados el servicio es el más importante manteniendo un 71% que indico este nivel o característica, seguido del de calidad con un 68%, precio un 63% y por último la variedad de un 44%. En cuanto a la calidad se determina un 48%, con respecto a la variedad un 50%, las facilidades de pago los encuestados indican muy bueno un 40% y por último en cuanto a precios con respecto a la competencia se indica Bueno un 29% de los valores más representativos. Se concluye además en la presente investigación que la utilización del nuevo método de atención al cliente permite corregir e implementar tiempos de respuesta menor en base a la medición de niveles de servicio anterior con respecto al segmento de clientes Pyme lo que mejora la atención y calidad de respuesta operativa.

Antecedentes nacionales

Huallpahuque (2015) en su tesis *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*. Su metodología: Se aplicó un diseño de investigación No Experimental-Transversal-Descriptiva, Llego a los siguientes resultados: El 51,5% de empresarios de las Mypes encuestados son de sexo femenino. El 33.3% de los empresarios encuestados manifiestan que sus edades oscilan entre 36 – 45 años y cuentan con estudios superiores universitarios. El 52,4% de las Mypes encuestadas señalan que no aplican una mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos. El 36,4% de las Mypes encuestadas indican que no es necesario establecer objetivos y estrategias para lograr un buen resultado. El 38,1% de las Mypes encuestadas afirman que son indiferentes en hacer un seguimiento detallado de los problemas que se generan en el proceso de preparación de alimentos. El 42,9% de las Mypes encuestadas afirman que no identifican las causas que se puede presentar en la empresa que generan problemas en el proceso de preparación de alimentos. El 47,6% de las Mypes encuestadas indican que una manera informal sobre cómo proceder en el proceso de preparación de alimentos. El 33,3% de micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que no es necesario realizar cambios para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos, y que es irrelevante proporcionar información sobre el proceso de preparación de alimentos. El 42,9% de las Mypes encuestadas manifiestan que no es necesario evaluar los resultados del proceso de preparación de alimentos ya que sus empleados conocen lo suficiente del mismo. Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas adultas ya que sus edades oscilan 36 a 45 años, y son mujeres con

un grado de instrucción superior universitario. En la mayoría de las Mypes no hay conocimientos de la gestión de calidad, ya que omiten procesos importantes dentro de su

Mypes como establecer sus objetivos, no hacer seguimiento a los procesos de preparación de sus alimentos y no miden sus resultados, no aplica la mejora continua, y se resisten al cambio.

Ríos (2014) en su tesis *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes- del distrito de Huanchaco año 2014, Trujillo*. Tiene la siguiente metodología: El diseño que se utilizó en esta investigación fue no experimental- transversal descriptivo. Llego a los siguientes resultados. Resultados respecto a los representantes: El 65% está representado por el sexo masculino, el 35% tiene una edad promedio de 35 a 44 años, el 60% tienen estudios universitarios completos. Resultados respecto a las MYPES: El 50% cuentan con un promedio de 5 a 7 años en el mercado. Resultados respecto a la Gestión de calidad: El 85% de los representantes afirman que la gestión de la calidad es importante para la empresa, con lo cual el 90% de los representantes afirman que aumentaron su rentabilidad en los 2 últimos años. Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a los gerentes de las MYPES; del estudio realizado se concluye que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. En cuanto a las principales características de las MYPES; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPES son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. En cuanto a la gestión de 17 calidad; del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o

gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención

el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad, Se concluye que La mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio rubro cevicheras del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013 son del género masculino, tienen una edad promedio de 45 a 50 años de edad y en su mayoría tienen estudios básicos como es la secundaria

Pantoja (2016) en tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de médicos y odontólogos (consultorios dentales) en el distrito de huari, 2014*. Teniendo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro actividades de médicos y odontólogos (consultorios dentales) en el distrito de Huari, 2014. Y como objetivos específicos; Determinar las principales características de los pacientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro actividades de médicos y Odontólogos en el distrito de Huari e Identificar las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro actividades de médicos y odontólogos (consultorios dentales) en el distrito de Huari, 2014. En su metodología esta investigación fue de tipo cuantitativo porque se realizó la recolección de datos fundamentada en la medición de variables y conceptos las cuales fueron representadas, también fue de nivel descriptivo porque se relataron las

características de la gestión de calidad respecto al servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro actividades de médicos y

odontólogos (consultorios dentales) en el distrito de Huari, En el caso de la primera población el método de la selección de la muestra fue por muestreo no probabilístico de tipo intencional o por conveniencia considerando como único 32 criterio de inclusión la mayoría de edad de los pacientes que recurrieron a estos centros odontológicos, siendo 33 personas las que cumplían dicho criterio. Como resultado se obtuvo del total de los pacientes encuestados se observa que el 70% de los encuestados pertenece al género masculino, mientras que el 30% son del género femenino. Del total de pacientes encuestados se observa que el 24.2% pertenece al nivel educativo primario, el 24.2% mencionan que pertenecen al nivel secundario, seguido de un 48.05% que mencionaron pertenecer al nivel técnico superior, y por último el 3% mencionó pertenecer al nivel universitario. Del total de pacientes encuestados el 30,3% mencionó que a veces se muestran los letreros e indicaciones acerca del consultorio dental, el 63,6% mencionó que muchas veces y el 6,1% mencionó que siempre se muestran las indicaciones, letreros, para identificar el servicio que se brinda. Respecto las características de los clientes de las Micro y Pequeñas Empresas de Rubro Actividades de Médicos y Odontólogos (consultorios dentales) en el distrito de Huari, un gran porcentaje de ellos son varones que tienen un grado de instrucción técnico superior y se preocupan por su salud oral. Por esa razón se determina que este grupo de personas en particular consideran importante el servicio de atención que se les brinda y el cuidado de la salud oral.

Najar (2019) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes sector servicios, centros médicos particulares, distrito de Iquitos, 2017*. Tuvo como objetivo general; Determinar si las mypes del sector servicios, rubro centros médicos particulares del distrito de Iquitos año 2017, se encuentran formalizadas y

evidencian una gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente. Y los siguientes objetivos específicos; Determinar y mejorar la calidad de atención al cliente para lograr

la satisfacción del cliente en los centros médicos particulares, distrito de Iquitos, año 2017, Determinar los elementos que faciliten la calidad humana para lograr la satisfacción del cliente en los centros médicos particulares, distrito de Iquitos, año 2017 y Determinar si las mypes del sector servicio, centros médicos particulares tienen diseñado y aplican un plan de atención al cliente. Como metodología el diseño de esta investigación será no experimental – transversal- descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuará en un solo momento, en un tiempo único, es de tipo cuantitativa, porque para la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición; y de nivel descriptivo; en el desarrollo de la investigación se buscó comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado. La población está constituida por las micros y pequeñas empresas dedicadas al sector servicio, centros médicos particulares del distrito de Iquitos; para tal efecto se acudirá a fuentes de información como la Municipalidad Provincial de Maynas, Registros Públicos, Sunat; con la finalidad de determinar su cantidad. La población se determinó en 10 Mypes. Los resultados indican que un 60,0% de los encuestados son de género Masculino. Un 40,0% sexo femenino. Del análisis de la investigación destaca “Médico” con 50,0%, tanto “Odontólogo” y “Tecnólogo medico” representa el 20,0% respectivamente, mientras que el 10,0% “enfermería”. Todos están relacionados al rubro de salud. Del total de mypes del sector encuestado, el 60,0% si esta formalizado. Sin embargo, un 40,0% representa algunos trámites pendientes, descuidando sobre todo el aspecto laboral. En conclusión, para los Centros Médicos Particulares, la prioridad de profundizar en el conocimiento a sus clientes solo alcanza el 10.0%. Asimismo, consideran que el impacto de “atención al cliente” se traduce en “nuevos servicios”, teniendo en cuenta que los clientes valoran más el “diagnóstico preciso” y la satisfacción no necesariamente asegura la fidelización.

Antecedentes locales

Risco (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad en las Mypes del sector servicio - rubro cevicheras del P.J. Miraflores bajo de la ciudad de Chimbote, año 2013*; llego a los siguientes resultados. Resultados respecto a los representantes: El 77.8% de los representantes son hombres, el 44.4% tiene una edad promedio de 45 a 50 años, El 44.4% tienen estudios básicos Resultados respecto a las MYPES: El 50% cuenta con un promedio de 1 a 10 trabajadores, mientras que un 16.7% cuentan con un promedio de 1 a 15 trabajadores, el 72.2% tiene más de 5 años en el negocio. Resultados respecto a la Gestión de calidad: El 61.1% desconoce de las técnicas de gestión empresarial, el 55.6% conoce técnicas de mejora continua, El 83.3 % sigue un n de negocios estratégico, mientras que el 16.67% desconoce del plan estratégico. Llegando a las siguientes conclusiones: En cuanto a los gerentes de las MYPES; La mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio rubro cubicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013 son del género masculino, tienen una edad promedio de 45 a 50 años de edad y en su mayoría tienen estudios básicos como es la secundaria. En cuanto a las principales características de las MYPES; La mayoría de los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio, rubro cevicherías del P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote 2013, tienen de 1 a 10 trabajadores, con un tiempo de actividad empresarial de 5 años a mas, desconociendo sobre técnicas de gestión empresarial, en la cual solo se reconoció la técnica de mejora continua para su negocio, presentándose ante sus trabajadores como jefes, por consiguiente los representaste afirman en su mayoría que siguen un plan estratégico para aumentar su rentabilidad, dando a entender la mayoría de representantes que el plato de mayor acogida es el ceviche y que los días de mayor concurrencia son los fines de semana. En cuanto a la gestión de calidad; La mayoría de

25 los representantes de las MYPES encuestadas del sector servicio rubro cubicherías del

P.J Miraflores Bajo de la ciudad de Chimbote, 2013. Mantienen los estándares de calidad en su empresa, lo cual en su mayoría perciben que aplicar una gestión de calidad en su empresa le proporciona resultados que le ayudan a lograr sus objetivos, obteniendo como resultado clientes satisfechos, los representantes afirmaron en su mayoría que el área que ha desarrollado más su tiempo gerencial es el área de RR.HH. siendo el motor de empuje para su óptimo funcionamiento.

Torres (2019) en su tesis *Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2019*. Teniendo como objetivo general: Determinar las principales características de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la Ciudad de Chimbote, 2019. Para poder lograr el objetivo general, se ha considerado los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019. Determinar las principales características en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019.

Elaborar un plan mejora sobre la aplicación de una gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades

de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el Casco Urbano de la ciudad de Chimbote, 2019. En el presente estudio el diseño de investigación fue; no experimental, transversal y descriptiva, se utilizó una población y muestra de 10 micro y pequeñas empresas, a quien se le aplicó una encuesta y un cuestionario estructurado de 17 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 60 % de los representantes tienen entre 31 a 50 años. El 70 % son de género femenino. El 50 % poseen un grado de instrucción secundario. El 50 % son representantes y el 50 % son administradores. El 90 % tienen de 1 a 5 trabajadores. El 100 % menciona que las personas que trabajan con ellos no son sus familiares. El 100 % menciona que el objetivo de creación fue para generar ganancias. El 80 % no conocen el termino de gestión de calidad. El 70 % mencionan no conocer ninguna técnica de gestión de calidad. El 100 % menciona que la gestión de calidad si contribuiría a mejorar el rendimiento de su negocio. El 70 % menciona que si conocen el termino atención al cliente. El 60 % menciona que da una buena atención al cliente. El 100 % cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento. El 100 % menciona que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado, los cuales se presentan en tablas y figuras, los cuales se encuentran en la pág. 35. Además, se concluye que las micro y pequeñas empresas deben buscar nuevas estrategias y mejorar su gestión para alcanzar el éxito.

Kano (2019) en su tesis *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de nuevo Chimbote, 2019*. El objetivo general de la investigación es: Determinar las características en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hostales en el distrito de Nuevo Chimbote, 2019. De lo cual se derivaron los siguientes

objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Determinar las características de la Gestión de calidad en atención al cliente como factor relevante en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. 4

Elaborar un plan de mejora en base a los resultados de la investigación obtenidos en la atención al cliente como factor relevante en las Mypes del rubro hostales en Nuevo Chimbote, 2019. La metodología de la investigación fue de nivel descriptivo, tipo cuantitativa, de diseño transversal y no experimental y descriptiva, el instrumento que se utilizó fué un cuestionario de 21 preguntas dividido en 3 partes , de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados : El 40% tiene entre 31 años a 50 , el 45% tiene un grado de instrucción de educación básica , el 80% de los representantes son administradores ,el 85 % trabaja con personas ajenas a su negocio , el 95% tiene como objetivo generar ganancias, el 85% conoce el término de gestión de calidad , el 100% utiliza la atención al cliente como técnica moderna de gestión ,el 100% si cree que la gestión de calidad ayuda a concretar los objetivos y metas de la empresa , el 95% utiliza la gestión de calidad para mejorar el servicio , el 100% cree que la atención al cliente es fundamental para que este vuelva , el 60% de las herramientas del servicio de calidad que utilizan es la comunicación, el 75% menciona que la atención personalizada es el principal factor para un servicio de calidad, el 100% de la atención que brinda es buena , el 50% opina que los clientes satisfechos son los resultados de una buena atención ,el 100% indica que la atención al cliente es un factor relevante en la gestión de calidad , el 40 % indica que la ventaja de una atención al cliente es una buena imagen , el 90% usa reglamentos internos en la empresa. Como conclusión, en relación a la gestión de calidad

y atención al cliente, La mayoría de los representantes si conocen el termino Gestión de calidad, la mayoría afirma que la atención al cliente es la técnica moderna de gestión que usan, La totalidad afirma que si se alcanzan los objetivos y metas trazadas gracias a la gestión de calidad, la mayoría afirma que la gestión de calidad mejora el servicio de la empresa, la mayoría afirma que 5 la atención al cliente es fundamental para que el cliente retorne a la empresa , la comunicación es la herramienta de calidad que aplican en el servicio , la mayoría comenta que la atención personalizada en uno de los principales factores para la calidad del servicio , la totalidad nos dice que la atención que brindan es buena, la mayoría afirma que tener clientes satisfechos son los resultados de su atención , la totalidad afirma que la atención al cliente es un factor relevante en la gestión , la totalidad afirma que la atención es un factor relevante para medir la satisfacción del cliente , la mayoría afirma la ventaja de la atención al cliente, la mayoría utiliza reglamentos de la empresa .

2.2. Base Teóricas de la Investigación

Concepto de las Mypes

Sánchez (2014) menciona que las micro y pequeñas empresas son fabricantes, proveedoras de servicios que contribuyen con la economía. Estas no solo generan empleos, sino que además contribuyen con el crecimiento financiero del país.

Las mypes tienen como objetivo desarrollar actividades como extracción, transformación, una buena producción y comercializar bienes prestar servicios. Puede ser dirigida por el mismo dueño como una persona individual p como una persona jurídica.

Características de las Mypes

Bernilla (2019) en su libro “Micro y Pequeñas empresas, Oportunidad de crecimiento” nos expresa lo siguiente:

Administración individual: Ejecutada por el dueño del negocio.

Incidencia no preparada en el mercado: el sector de ejecución es reducido primordialmente en el lugar.

Insuficiencia de distinción en la labor: por falta de personal las actividades son retrasadas no hay suficiente personal quien pueda llevar un control de manera correcta, en este caso el jefe escucha en todo terreno de la transacción, elaboración, economista, obtención, etc.

Ocupación no intensa en los bienes: también se le puede llamar ventaja de labor.

Tecnología: se representa en dos criterios de los cuales son:

- A los que sostienen que los pequeños negocios emplean la ciencia en concordancia al sector que provee.
- Y a los que resulta la comunicación de ciencia se determinan algunas tareas de baja dimensión.

Concepto de Atención al cliente

Quiliche (2016). Afirma que:

El servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (p.9)

Importancia de la atención al cliente

Bernal (2013) menciona que los clientes son una pieza fundamental para las micro empresas de tal manera estas deben responder a sus necesidades y satisfacerlas. No se debe pasar por alto sus reclamos o incomodidades sino aceptarlas y solucionarlas, porque de ellos depende que la empresa siga creciendo o se estanque y quede por debajo de la competencia.

Estrategias de calidad para satisfacer a los clientes

La supervivencia de la empresa se basa en disponer de algunas ventajas competitivas únicas y verdaderas. Según López (2013) las estrategias son:

- La estrategia “alta costura” esta se centra netamente en aquel cliente que prefiere pagar más a cambio de un servicio más selectivo.
- La estrategia “a media” se busca satisfacer al cliente que busca una buena calidad.
- La estructura de “confección” se basa en aquel cliente que prefieren el precio al servicio. Ya que muchas personas solo buscan productos de acuerdo a su precio y no a su servicio.

Gestión de calidad

Captamos que es una unión de actividades que nos orientan a planear, organizar. Dirigir y controlar las funciones de una empresa. Pola (1988). Afirma que “Es importante destacar que es necesario la participación de todo el personal del departamento, e incluso de técnicos o especialistas de otros departamentos, en el establecimiento de los objetivos de calidad” (p.23).

Principios de la atención al cliente

Pérez (2012). Afirma que:

Como principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción del servicio debe garantizarse en cantidad, calidad, tiempo y precio. Las exigencias y expectativas del cliente orientan la estrategia de la empresa con respecto a la producción de bien y servicio. (p.12)

El ciclo de Deming

Se asocia con los productos en fabricación o prestación de servicios, estaremos presentando las fases en donde se identifican los requisitos son los siguientes:

- **Planificar:** Se inicia identificando los requisitos, definir sus características, establecer objetivos específicos y métodos para conseguir los resultados que se desea esperar.
- **Implementar:** Llevar a cabo todas las actividades planificadas.
- **Verificar:** Volver a revisarlos detalladamente el proyecto y si hay que mejorar se mejora.
- **Actuar:** Tomar acciones para mejorar cada vez y corregir los mínimos errores
- El ciclo de Deming se creó para resolver los problemas y buscar una mejora en el producto o servicio.

Planificación de calidad

Goordman (2014) nos afirma que es la primera etapa en definición de la gestión de calidad, consistes en analizar los objetivos de la empresa, sus fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades internos y externos. Una buena gestión es basada en tener los objetivos bien definidos ya que es imposible planificar, organizar, dirigir o controlar de una forma asertiva. Pero a menudo los objetivos suelen establecerse mal, confunden política con buenas intenciones; para poder ayudarlos y evitar este problema estaremos señalando los requisitos siguientes para un buen sistema de objetivos:

Ortiz (2010) menciona que:

Diseñando la estructura más óptima para la entidad, se debe definir qué se quiere en el futuro y con qué medios se deben contar para ello. La planificación debe ser rigurosa, pero flexible para poder adaptarse a las condiciones cambiantes.
(p.35)

1. Debe poder medirse; es decir mejorar su calidad de los productos, no solo estableciendo objetivos, es una buena manera de demostrar la política de la empresa.
2. Debe ser alcanzable, si los damos cuenta que a medida que vamos ejecutando el plan comprobamos que no será alcanzable como nos lo imaginábamos debemos volver a modificar nuestros objetivos y rebajarlo ya que no debemos fijar objetivos demasiado altos, porque los objetivos deben crecer cuando la empresa crece.
3. Deben ser coordinados, ya sea temporalmente, horizontalmente y verticalmente.
4. Deberán tener ambiciones, difíciles y estar comprometidos. Necesitamos que los objetivos nos obliguen a seguir manteniendo un nivel de esfuerzo superior. Debemos comprometernos con los logros, pero solo cuando los objetivos son desafiantes y motivadores solo cuando se merece luchar por ellos.

5. Tienen que establecer participación porque la gente quiere ser parte de la organización, quiere involucrarse en sus objetivos y en todo lo demás. Hoy en día más allá de establecer objetivos hay que crearlos.

Organización de calidad

Goodman (2014) nos habla de los métodos de organización para la calidad han ido cambiando a través de la historia. Es una función administrativa que permite una mejor asignación y el uso de los recursos son eficientes que la empresa necesita para ir desarrollando sus estrategias y poder lograr sus metas.

Dirección de calidad

También Goodman (2014) menciona la eficiente de la dirección cuando logren sus objetivos generales de la empresa, es importante porque pone en marcha todos lo establecido de la planificación y organización de la empresa. La motivación es una clave importante para que se logre la ejecución del trabajo. Los administradores deben conocer todos los estilos de dirección de acuerdo a al carácter de sus subordinados y a la dirección que quieren lograr aquí entra el poder de liderazgo, liderar de una manera eficaz para tener mejoras en la empresa y todo marche de acuerdo a la misión y visión.

Control de calidad

El control permite mejorar y rectificar de los posibles errores que se han generado en el trabajo, cuando se acaba la etapa de control empieza de nuevo el ciclo del proceso de administrativo. Escudero (2011). Afirma que: “Controlar es comprobar que los datos reales coinciden con los previstos y, si es necesario, corregir las posibilidades desviaciones” (p, 17).

Concepto calidad

Benavides & Quintana (2003). Afirma que:

Hablar del concepto de calidad exige hacer un planteamiento diverso y estudiar distintas perspectivas. Por ello, este epígrafe se va a estructurar en tres partes: la primera, recoge algunas definiciones del concepto de calidad y las diferentes clases de calidad que pueden considerarse; a continuación, se exponen los denominados enfoques y fundamentos de la calidad; finalmente, se realiza una descripción de las características específicas que, cuando están presentes en productos o servicios, dotan a estos de calidad. (p. 243)

Coste de calidad

Pola (1988) menciona que:

Tomando como base este conocimiento tan deficiente muchas empresas han decidido crear departamentos de calidad o aumentar el personal de los ya existentes para aventurarse en el desarrollo de programas de "mejora de calidad". Tal actitud puede dañar realmente a la empresa, haciendo subir los costes hasta niveles prohibitivos. Para evitar correr este riesgo, debemos cuantificar el nivel de gravedad de nuestros problemas de calidad y decidir, a partir de dicha cuantificación, la necesidad de posibles actuaciones. Una forma de cuantificarlo es a través del coste de la calidad. (p.29)

Gestión de los recursos humanos y liderazgo

Benavides & Quintana (2003) menciona que:

Se considera que la gestión de los recursos humanos puede conferir una ventaja competitiva para alcanzar mayores resultados e incrementos en la cuota de mercado, y por lo tanto habrá que establecer estrategias claras para que sirvan de apoyo a los procesos de aprendizaje. De hecho, el éxito o el fracaso del ciclo de gestión del conocimiento dependen en buena medida de la habilidad de la compañía para motivar a sus empleados e infundirles una filosofía adecuada. (p.227)

Clases de calidad

- Teórica: Son las características del producto que desarrolla el grado de satisfacción que cubra todas las exigencias de los clientes.
- Técnica: Es fijado por el nivel de conformidad que el producto ofrece.
- Usuario: Es donde el consumidor compara lo que ha recibido con lo que se ha pedido, si en realidad está satisfecho o quizás no.

2.3 Marco Conceptual

Las empresas: Las empresas son importantes para el crecimiento y desarrollo de todos los países porque son considerados la mayor parte que engrandece a la economía y así generando empleo y exterminando poco a poco la pobreza. (Bernilla,2019)

Gestión de calidad: La gestión de calidad está constituida por un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivos evitar cualquier error de los procesos de producción y en los productos o servicios que una empresa provee. Se resalta que de nada puede servir corregir los errores si los trabajadores o quienes conforman a la empresa no aprenden.

Satisfacción al cliente: Cuando hablamos de satisfacción al cliente esto nos quiere decir que debemos tomar en cuenta sus actitudes de cada persona, analizarlos y tratarlos con amabilidad, poder entender sus dificultades y resolverlos inmediatamente. Es muy importante ya que depende del tratado que se da se sabrá si el cliente regresa o ya no, también puede este cliente convertirse en un cliente fiel, por lo que ahí encontró algo que otras organizaciones no tienen, se sienten como en casa, cómodos y saben que los trabajadores estarán a su disposición y preparados para atenderlos.

Atención al cliente: El servicio de atención al cliente es cuando ofrecen las empresas relacionarse más con los clientes, ya que estas son una serie de actividades que permiten una mejor interacción entre el cliente y la empresa con el único fin que el cliente obtenga el servicio o producto en el momento adecuado y se asegure de un correcto uso, todo esto con tal de satisfacerlo.

Cliente. Son las personas más primordiales para el crecimiento de una empresa.

Calidad. Las empresas ofrecen productos en estados de perfección.

Personal. Son las personas que complementan en el equipo de una empresa, ya que de ellos depende la atención y estabilidad de las empresas. En otras palabras, son una pieza

fundamental para generar una buena atención al cliente y como resultado sea de gran satisfactoria para ellos.

Capacitación: Son charlas que se ejecutan para un mejor desarrollo del personal en su ámbito laboral, donde lo instruyen para que fortalezca sus debilidades y aprenda nuevas cosas en su departamento que es encargado.

Establecimiento. Es un ambiente físico donde las personas que deciden emprender un negocio nace una entidad de acuerdo a su rubro ya sea brindando servicios u ofreciendo bienes.

Satisfacción. Es una sensación en la cual las personas se siente completas y felices por recibir lo que ellas esperaban o más.

Servicio. Son actividades intangibles donde las empresas brindan para cubrir las necesidades de los clientes.

Respeto. Es uno de los valores más importantes que puede tener la persona, ya que hablara mucho de ella misma si en su vida cotidiana lo ejecuta. De esta manera el respeto debe ser mutuo ante las personas para no generar un ambiente malo, (Escudero,2021)

III. Hipótesis

La presente investigación propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020 no se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva – de propuesta.

IV METODOLOGÍA

Es una ciencia que nos ayuda a poder dirigir determinados procesos de una manera eficiente y eficaz para poder alcanzar los resultados deseados y tiene como objetivo darnos el proceso de la investigación. (Cortéz,2004)

4.1 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental- transversal-descriptivo

- No experimental, porque no se manipulo deliberadamente la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, solamente se observará conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.
- Fue transversal, porque el estudio de investigación: Propuesta de mejora en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2020.
- Fue descriptivo porque solo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio.(Hernández, Roberto; Fernandez, Carlos; Baptista, 2014).

4.2 Población y muestra

La población: Se demostró realizando un sondeo utilizando una encuesta y está conformada por 10 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven Villa María de Distrito de Nuevo Chimbote, año 2020.

La muestra: Se tomó con el tamaño de la población y para facilitar la realización de la investigación se decidió en un enfoque de 10 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven Villa María de Distrito de Nuevo Chimbote, año 2020, en la cual estuvieron disponibles al momento de realizar el estudio.

4.3 Definición y Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Atención al cliente	La Atención al Cliente es aquel servicio que prestan y proporciona n las empresas de servicios o que comercializan productos, una buena atención al cliente es indispensable para la fidelización de los Clientes. (Pérez,2012)	Son términos de atención al cliente, lo cual se aplica en la gestión de calidad, es fundamental para que regrese al establecimiento, las herramientas de calidad entre otros.	Atención al cliente	Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Servicio a sus clientes	Si da servicio A veces	
			La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento	Si regresa	
				No es fundamental	
			Herramientas	Comunicación	
				Confianza	
				Retroalimentación	

Fuente: Elaborado por el autor.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Atención al cliente	La Atención al Cliente es aquel servicio que prestan y proporciona n las empresas de servicios o que comercializan productos, una buena atención al cliente es indispensable para la fidelización de los Clientes. (Pérez,2012)	Son términos de atención al cliente, lo cual se aplica en la gestión de calidad, es fundamental para que regrese al establecimiento, las herramientas de calidad entre otros.	Factores de la calidad de para el servicio	Atención personalizada	Nominal
				Rapidez en la entrega de los productos	
				Las instalaciones	
			La atención que brindan a los clientes	Buena	
				Regular	
				Malo	
			Mala atención al cliente	No tiene suficiente personal	
				Por una mala organización delos trabajadores	
				Si brindan una buena atención al cliente	
				Clientes satisfechos	
			Resultados que se ha logrado brindando una buena atención al cliente	Fidelización de los clientes	
				Posicionamiento de la empresa	
				Incremento de ventas	

Fuente: Elaborado por el autor.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	Es una unión de actividades que nos orientan a planear, organizar, dirigir y controlar las funciones de una empresa. (López, 2013)	Son conceptos que nos permite identificar el termino de gestión de calidad, técnicas modernas, sus dificultades que tienen los trabajadores y técnicas para medir su rendimiento	Gestión de Calidad	Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking	
				Atención al cliente	
				Empowerment	
				La 5 s	
				Outsourcing	
				Otros	
				Ninguno	
			Dificultades de los trabajadores	Poca iniciativa	
				Aprendizaje lento	
				No se adapta a los cambios	
				Desconocimiento del puesto	
			Rendimiento del personal	Otros	
				La observación	
La evaluación					
Escala de puntuaciones					
Evaluación de 360°					
Mejora del rendimiento del negocio	Otros				
	Si se mejora				
	No se mejora				
objetivos y metas	Si tiene objetivos				
	No tiene metas				

Fuente: Elaborado por el autor.

Aspectos Complementarios	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Las Micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica por una persona natural y jurídica, en cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente. (Bernilla,2019)	Son las Mypes que tienen un tiempo de desempeño, permanencia, número de trabajadores, las personas que trabajan en ella y su objetivo de creación.	Tiempo que desempeña en el cargo	4 a 6 años	Razón
				7 a más años	
			Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años	Razón
				4 a 6 años	
				7 a más años	
			Número de Trabajadores	1 a 5 trabajadores	Razón
				6 a 10 trabajadores	
				11 a más trabajadores	
			Las personas que trabajan en su empresa	Familiares	Nominal
				Personas no familiares	
			Objetivo de creación	Generar ganancia	Nominal
				Subsistencia	

Fuente: Elaborado por el autor.

Aspectos Complementarios	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfiles de los representantes de las Micro y pequeñas empresas	Personas naturales o jurídica que representa o asume la responsabilidad de la micro y pequeña empresa. (Bernilla,2019)	Son personas de diversas edades que pueden ser de diferente género, tienen grados de instrucción, tienen un cargo más importante y cuentan con muchos años en el cual desempeñan el cargo	Edad	18 a 30 años	Razón
				31 a 50 años	
				51 a más años	
			Género	Masculino	Nominal
				Femenino	
			Grado de instrucción	Sin instrucción	
				Educación básica	
				Superior no universitaria	
				Superior universitaria	
			Cargo que desempeña	Dueño	
Administrador					
	0 a 3 años				

Fuente: Elaborado por el autor.

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Para la recolección de la información se recurrió a la técnica de la encuesta.

Instrumento

Se utilizó un cuestionario dirigido a los representantes legales de las MYPES prestadoras de servicios tercerizados que consta de 23 preguntas referidas datos generales sobre sus contratos, condiciones y acerca de la gestión de calidad en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas en el sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote en el año 2020.

4.5 Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación y elaboración de las tablas y figuras de los datos se utilizará como soporte el programa Microsoft Word, Excel, PDF y Turnitin.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
<p>¿La mejora de atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020?</p>	<p>Objetivo general Determinar si la mejora de atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020.</p> <p>Objetivos específicos Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020</p> <p>Identificar las características de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020</p> <p>Describir las características de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020</p> <p>Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de nuevo Chimbote, 2020.</p>	<p>Atención al cliente y gestión de calidad.</p>	<p>La población: Se demostró realizando un sondeo utilizando una encuesta y está conformada por 10 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, año 2020.</p> <p>La muestra: Se tomó como el tamaño de la población y para facilitar la realización de la investigación se decidió en un enfoque de 10 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, año 2020, en la cual estuvieron disponibles al momento de realizar el estudio.</p>	<p>Diseño de la investigación</p> <p>El diseño de la investigación fue no experimental- transversal- Descriptivo.</p> <p>No experimental, porque no se manipulo deliberadamente la atención al cliente.</p> <p>Fue transversal, porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2020.</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio.(Hernández, Roberto Fernandez, Carlos; Baptista, 2014).</p>	<p>Técnica Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado.</p>

4.7 Principios éticos

Por lo tanto, el estudio se realizó en beneficio de la sociedad y las micro y pequeñas empresas, debido a que la información obtenida es confiable, es decir los datos son verídicos, además se aplicó los protocolos y políticas estipulados en el código de ética de la universidad, en este sentido se tomaron en cuenta los siguientes principios éticos:

Protección a la persona:

Se hizo de conocimiento, solo la información que las personas encuestadas, razón por lo cual se mantuvo el respeto a su privacidad dentro de la investigación.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:

Se aplicó la encuesta con hojas recicladas a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Libre participación y derecho a estar informado:

La información publicada se hizo con el consentimiento de las personas involucradas en el estudio.

Beneficencia y no maleficencia:

Es decir que el estudio no se realizó con la finalidad de publicitar, ni desprestigiar a las micro y pequeñas empresas en estudio.

Justicia:

Se desarrolló de forma equitativa, aplicado de la misma modalidad a todas las personas en estudio sin sesgar el resultado.

Integridad científica:

Es decir que los resultados que se obtuvieron son reales y confiables, en la recolección de estos datos se respetaron los valores profesionales de la carrera.

V.RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Características de los representa	N	%
Edad		
a) 18-30	4	40.00
b) 31-50	6	60.00
c) 51 a más	0	0.00
Total	10	100.00
Género		
a) Masculino	6	60.00
b) Femenino	4	40.00
Total	10	100.00
Grado de instrucción		
a) Instrucción no universitaria	2	17.00
b) Secundaria	0	0.00
c) Técnico	7	58.00
d) Universitario	3	25.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
a) Dueño	6	60.00
b) Administrador	4	40.00
Total	10	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
a) 0 a 3 años	2	20.00
b) 4 a 6 años	3	30.00
c) 7 a más años	5	50.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes en las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del pueblo joven de villa maría del distrito de nuevo Chimbote, 2020.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020

Características de las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
a) 0 a 3 años	4	40.00
b) 4 a 6 años	1	10.00
c) 7 a más años	5	50.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
a) 1 a 5	7	70.00
b) 6 a 10	0	0.00
c) 11 a más	3	30.00
Total	10	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
a) Familiares	7	70.00
b) No familiares	3	30.00
Total	10	100.00
Objetivo de creación		
a) Generar ganancia	6	60.00
b) Subsistencia	4	40.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes en las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del pueblo joven de villa maría del distrito de nuevo Chimbote, 2020.

Tabla 3.

Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Características sobre gestión de calidad en la atención al cliente	N	%
Conoce el término Gestión de Calidad		
a) Si	6	60.00
b) No	0	0.00
c) Tengo cierto conocimiento.	4	40.00
Total	10	100.00
Técnicas de la gestión de calidad		
a) Benchmarking	0	0.00
b) Atención al cliente	10	100.00
c) Empowerment	0	0.00
d) La 5 s	0	0.00
e) Outsourcing	0	0.00
f) Otros	0	0.00
g) Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00
Dificultad de implementar la gestión		
a) Poca iniciativa	3	40.00
b) Aprendizaje lento	2	20.00
c) No se adapta a los cambios	3	20.00
d) Desconocimiento del puesto	0	0.00
e) Otros	2	20.00
Total	10	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
a) La observación	2	50.00
b) La evaluación	3	30.00
c) Escala de puntuaciones	5	20.00
d) Evaluación de 360°	0	0.00
e) Otros	0	0.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
a) Si	10	100.00
b) No	0	0.00
Total	10	100.00

Continua....

Tabla 3.

Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

	N	%
La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas		
a) Si	6	60.00
b) No	0	0.00
c) A veces	4	40.00
Total	10	100.00
Término de atención al cliente		
a) Si	10	100.00
b) No	0	0.00
c) Tengo cierto conocimiento.	0	0.00
Total	10	100.00
Gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes		
a) Si	8	80.00
b) No	0	0.00
c) A veces	2	20.00
Total	10	100.00
La atención al cliente de calidad hace que vuelvan al negocio		
a) Si	10	100.00
b) No	0	0.00
Total	10	100.00
Herramientas para un buen servicio de calidad		
a) Comunicación	3	50.00
b) Confianza	3	30.00
c) Retroalimentación	4	20.00
Total	10	100.00
Factores que brindan servicio de calidad		
a) Atención personalizada	3	30.00
b) Rapidez en la entrega de los productos	5	50.00
c) Las instalaciones	2	20.00
d) Ninguna	0	0.00
Total	10	100.00

Continua...

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Resultados que se logra por un buen servicio	N	%
a) Clientes satisfechos	5	50.00
b) Fidelización de los clientes	4	40.00
c) Posicionamiento de la empresa	0	0.00
d) Incremento en las ventas	1	10.00
Total	10	100.00
Estrategias para la satisfacción al cliente		
a) Si	10	100.00
b) No	0	0.00
c) A veces	0	0.00
Total	10	100.00
Normas que caracteriza a la empresa		
a) Si	6	60.00
b) No	4	40.00
Total	10	100.00
La atención al cliente como gestión de calidad		
a) Si	10	100.00
b) No	0	0.00
Total	10	100.00
Atención al cliente como factor relevante para mejorar la satisfacción		
a) Si	10	100.00
b) No	0	0.00
Total	10	100.00
Mejorar la atención al cliente		
a) Amabilidad	2	20.00
b) Capacita al colaborador	3	30.00
c) Información al cliente	1	10.00
d) T. A	4	40.00
Total	10	100.00

Continua...

Tabla 3.

Característica de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

	N	%
Ventajas de un buen servicio		
a) Rentabilidad	3	30.00
b) Buena imagen	2	20.00
c) Capacitación al cliente	0	0.00
d) Todas las respuestas	5	50.00
Total	10	100.00
Estrategias para mejorar el servicio		
a) Si	10	100.00
b) No	0	0.00
Total	10	100.00
Maneras de motivar al trabajador		
a) Ascensos	0	0.00
b) Incentivos	5	50.00
c) Reconocimientos	0	0.00
d) Todas las respuestas	5	50.00
Total	10	100.00
Estrategias aplicadas el último año		
a) Crear páginas web y/o Redes sociales	2	20.00
b) Publicidad	2	20.00
c) Promociones	2	20.00
d) Delivery	2	20.00
e) T.A	2	20.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes en las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del pueblo joven de villa maría del distrito de nuevo Chimbote, 2020.

5.2 Análisis de resultado

Tabla 1: Características de los representantes de las micro empresas.

Edad: El 60% tiene entre 31 a 50 años, esto coincide con Torres (2019) que el 60 % de los representantes tienen entre 31 a 50 años, también coincide con Kano (2019) el 40% de representantes que están entre 31 años a 50. Pero este resultado contrasta con Risco (2016) que obtiene un 44.4% de representantes entre 45 a 50 años y Ríos (2014) nos muestra que el 35% de representantes que tienen entre 35 a 44 años. Se concluye que las micro y pequeñas empresas están siendo lideradas por personas mayores y jóvenes, ya que ambos tienen conocimiento y preparación.

Género: El 60% son de género masculino, esto coincide con Najjar (2019) el 60% de representantes son de género masculino, También coincide con Ríos (2014) el 65% está representado por el sexo masculino. Pero este resultado contrasta con Torres (2019) el 70% que son de género femenino, Huallpahuque (2015) el 51.5% de sus representantes que son de sexo femenino. Se concluye que tanto el género masculino y femenino tienen el poder de liderar una empresa.

Grado de Instrucción: El 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con un grado no superior no universitario. Asimismo, contrasta con Huallpahuque (2015) con el 33.3% que cuentan con estudios superiores universitarios y Ríos (2014) el 60% tiene estudios universitarios completos. Se concluye que los que no tienen grados académicos tienen una desventaja, pero los que sí tienen grados académicos universitarios llevan la delantera de tal manera que deben capacitarse mas.

Cargo que desempeña: El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños. Este resultado contrasta con Torres (2019) el 50 % son representantes y el 50 % son administradores, Asimismo contrasta Kano (2019) con el 80% de los representantes que son administradores. Se concluye que la gran mayoría solo son representantes del

negocio mas no dueños.

Tiempo que desempeña en el cargo: El 70% vienen desempeñando de 7 años a más. Esto los lleva a seguir demostrando que pueden dirigir esta empresa ya que cada año logran tener nuevas experiencias y que son capaces enfocándose en el crecimiento del negocio.

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas.

Tiempo que desempeña en el rubro: El 50% de los representantes tienen en el rubro 7 años a más, esto coincide con Ríos (2014) con un 60% de tiempo en el sector servicios, es de 5 a 7 años. Esto concluye que las micro y pequeñas empresas ya tienen bastante tiempo en el campo laboral desarrollándose en su rubro, luchando con toda la competencia y dificultades que se presentan en el camino.

Número de trabajadores: El 70% de las micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 5 trabajadores, este resultado coincide con Torres (2019) el 90 % que están formados de 1 a 5 trabajadores. Y esto contrasta con Risco (2016) un 83% que tienen de 1 a 10 trabajadores concluye que si tiene un gran personal para atender en su rubro.

Personas que trabajan en su empresa: el 70% tienen trabajando a personas familiares, este resultado contrasta con Kano (2019) que tiene el 85 % trabaja con personas ajenas a su negocio. Concluye que no siempre los que trabajan en las micro empresas serán dueños o familiares.

Objetivos de creación: el 60% de estas micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancias, este resultado coincide con Kano (2019) el 95% su objetivo es generar ganancias. Concluye que la gran mayoría de personas crean un negocio con ganas de superarse y generar ganancias.

Tabla 3: Características sobre gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas.

Conoce el término de la gestión de calidad: el 60% de los representantes tiene conocimiento del término de gestión de calidad, este resultado coincide con Kano (2019) el 85% conoce el término de gestión de calidad. Se concluye que la gran mayoría si conoce el término Gestión de calidad de tal manera si está apto para que siga con su servicio

Técnicas de la gestión de calidad: el 100% de los representantes utiliza las técnicas de atención al cliente en su negocio. Este coincide con Kano (2019) el 100% utiliza la atención al cliente como técnica moderna de gestión. Se concluye que la mayoría de las empresas si consideran que para una buena gestión de calidad debe existir una buena atención hacia el cliente.

Dificultades de implementar la gestión en el personal: El 40% no tiene iniciativa a los cambios en las micro y pequeñas empresas. Esto es un resultado negativo ya que prefiere quedarse con lo que se acostumbra hacer desde hace tiempo a innovar nuevas estrategias o retroalimentar sus estrategias.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 50% mide el rendimiento de su personal a través de la observación, ya que la mayoría toma importante medir el rendimiento a través de la observación por que puede corregir algunos errores y capacitarlos.

La gestión de calidad en la mejora del rendimiento del negocio: El 100% de las micro empresas si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos: 60% si ayuda alcanzar los objetivos y metas, asimismo coincide con Kano (2019) el 100% si cree que la gestión de calidad ayuda a concretar los objetivos y metas de la empresa.

Término de atención al cliente: el 100% si conoce atención al cliente, se concluye que esta

por un buen camino ya que les toma importancia a sus clientes.

Gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes: El 80% si aplica la gestión de calidad en el servicio que dan.

La atención al cliente de calidad hace vuelvan al negocio: el 100% expresan que, si es fundamental para el regreso al establecimiento, este resultado coincide con Kano (2019) el 100% cree que la atención al cliente es fundamental para que este vuelva, de tal manera concluye que una buena atención hace que las personas quieran regresar a su negocio.

Herramientas para un servicio de calidad: el 50% utiliza la comunicación, este coincide con Kano (2019) el 60% de las herramientas del servicio de calidad que utilizan es la comunicación. Se determina que una buena comunicación es de vital importancia para reducir errores en la empresa.

Factores que brindan servicio de calidad: el 50% considera que la rapidez de la entrega de productos es un factor importante. Asimismo, contrasta con Kano (2019) que el 75% menciona que la atención personalizada es el principal factor para un servicio de calidad,

Resultados que se logra por un buen servicio: El 50% incrementas sus ventas al brindar una buena atención.

Estrategias para satisfacer al cliente: El 100% si utiliza estrategias, contrasta con Kano(2019) el 40 % indica que la ventaja de una atención al cliente es una buena imagen ya que tener buenas estrategias genera más ganancias.

Normas que caracteriza a la empresa: El 60% si utiliza normas que son caracterizadas con la empresa. Contrasta con Kano (2019) el 90% usa reglamentos internos en la empresa.

La atención al cliente como gestión de calidad: El 100% considera que atención al cliente si es un factor relevante para el negocio ya que la calidad ayuda a comprender a consumidor sus necesidades de qué y cómo necesitan y como solucionar sus necesidades.

Atención al cliente como factor relevante para mejorar la satisfacción: el 100% considera que si mejora el nivel de satisfacción.

Mejorar la atención al cliente: 40% nos habla que la amabilidad la capacitación del personal, brindar una buena información al personal.

Ventajas de un buen servicio: el 40% de nos dice que debemos dar un buen servicio para poder atraer a los clientes

Estrategias para mejorar el servicio: el 100% de las micro empresas si utilizan estrategias para tener un buen servicio. De esta manera nos demuestra que si están preparados para mejorar a su empresa.

Manera de motivar al cliente: El 50% se encuentra entre los incentivos y el otro 50% entre los reconocimientos y asensos. De esta manera se logra que el trabajador se sienta en donde trabajan y motivados para hacer las cosas bien junto a los demás llegar a los objetivos que se planearon para la organización.

Estrategias aplicadas en el último año: El 20% utiliza la publicidad como medio de comunicación con los clientes y sus preferencias. Un 20% utiliza crear páginas web y redes sociales. El 20% utiliza las promociones como estrategias y un 20% utilizan todas las alternativas anteriores mencionadas.

Modelo de Tabla Resumen

Tabla 4

Plan de mejora sobre la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Pueblo Joven de Villa María del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Problemas encontrados Resultados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
La falta de capacitación del personal quien se encarga en la atención del cliente	El desinterés de los dueños de las empresas, ya que creen que será una inversión sin resultado	Realizar supervisiones contantemente, interactuar con el personal y conocerlo más para descubrir en que están fallando, y como poder mejorar.	Representante
Las entregas de los pedidos y productos se tardan más de lo programado	El poco personal en cocina ya que no se abastecen con tantos pedidos que llegan y productos que faltan.	Contratar personal suficiente para el sector de la cocina y hacer las compras anticipadamente de todo lo que se necesita.	Representante
Las micro empresas no cuentan con programas de capacitación	La empresa no cuenta con suficiente presupuesto para contratar a un profesional especializado.	Realizar un plan de presupuesto que se adecue a lo que se puede gastar y buscar a un especialista y que se pueda capacitar al personal	Representante
Los precios se encuentran muy elevado para la comunidad a la que ellos están brindando su servicio	Los dueños exageran al sacar el total de gastos para agregar en el precio de su producto,	Realizar un nuevo presupuesto Aceptable para la comunidad para generar más clientes.	Representante
El ambiente de los restaurantes no es tan atractivo para el público.	Los dueños solo se centran en vender, pero no en la innovación de su local o del producto.	Invertir más en su local, en la innovación ya que de eso también depende que los clientes regresen y se fidelicen	Representante

Fuente: Plan de mejora propuesto elaborado por el autor.

PLAN DE MEJORA

1. Datos Generales

Nombre o razón social:

Dirección: Pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote.

Nombre del Representante: Javier Abelino Pérez

2. Misión

Se busca una excelente atención al cliente y una preparación exclusiva de los platos que serán presentados, tener un ambiente de agrado y acogedor para nuestros clientes y lograr un buen equipo de trabajo.

3. Visión

Ser reconocidos a nivel mundial como la mejor cevichera y una buena atención al cliente y poder implantar sucursales en todos los lugares y países.

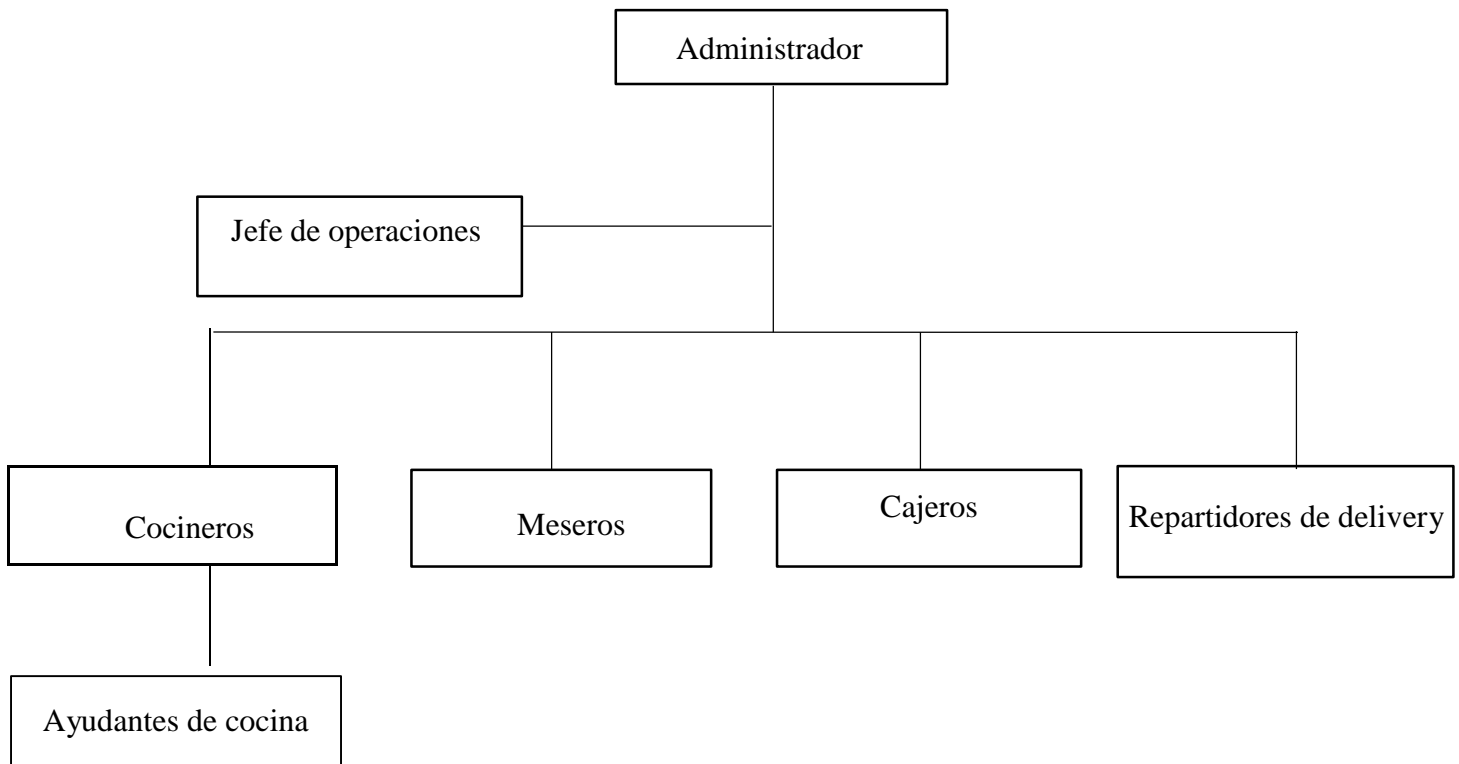
4. Objetivo Empresariales

- Lograr que el cliente fidelice con nuestra empresa y sus maravillas en ceviche.
- Brindar un buen servicio al cliente.
- Tener a nuestros clientes satisfechos.
- Tener una excelente gestión de calidad.
- Capacitar a nuestros trabajadores que desarrollen habilidades para afrontar nuevos retos en la empresa.

5. Servicio

Los restaurantes en cubicherías ofrecen un buen servicio y una buena gestión en la calidad de sus productos.

6. Organigrama de las empresas



7. Descripción de funciones

Cargo	Administrador
Perfil	Estudio universitario terminado. Especializado en manejo de personal y manejo financiero de la empresa.
Funciones	Llevar un buen control de todas las actividades que se realizan en el restaurante.

Cargo	Jefe de operaciones
Perfil	Experiencia en llevar el control del funcionamiento y delegar operaciones para los trabajadores.
Funciones	Supervisar si todas las áreas están siendo responsable con sus funciones y solucionar algunos problemas que se presentan en las demás áreas.

Cargo	Cocineros
Perfil	Estudio cocina internacional. Experiencia en la preparación de todos los platos con alto reconocimiento.
Funciones	En esta área están encargados de la preparación de los platos que se presentaran y depende mucho de la sazón.

Cargo	Meseros
Perfil	Personales capacitados para brindar una buena atención al cliente, poder resolver todas sus dudas.
Funciones	Su función es tener comunicación con los clientes y saber qué es lo que necesitan para poder satisfacerlos, resolver todas sus dudas y sus problemas que se presenten en el local.

Cargo	Cajeros
Perfil	Persona que se responsabiliza de la caja de un negocio, quien cuadra todas las entradas y salidas de caja.
Funciones	Expertas en llevar el control de caja y atender sus pagos que se establecen en el local.

Cargo	Repartidor de delivery
Perfil	Personal que implica la entrega de mercaderías fuera del local de expendio a cualquier locación solicitada por el cliente con un radio de distancias previamente fijada.
Funciones	Es persona que tiene por oficio entregar paquetes, mercancía o documentos a personas, compañías o instituciones.

Cargo	Ayudante de cocina
Perfil	Persona con la capacidad de ayudar en la labor de un cocinero.
Funciones	Ayudan a los chefs o cocineros en la preparación de alimentos sencillos. Además, deben mantener la cocina y todos los utensilios de cocina limpios y ordenados. Los ayudantes de cocina ayudan a los chefs o cocineros con las tareas más sencillas.

1.1 Diagnostico Empresarial

MATRIZ FODA	OPORTUNIDADES	AMEN ZAS
	Fidelizar a los clientes	Demora en la entrega de productos.
	<p>Crecer como cevicheria más conocida y marcar la diferencia.</p> <p>Tener un personal más capaz para resolver cualquier problema.</p>	<p>La inestabilidad de los precios.</p> <p>Cierre del local.</p> <p>No hay una buena comunicación con los proveedores.</p>
FORTALEZAS	F-O	F-A
Buena ubicación de locales.	Aprovechar la buena ubicación del local de esa manera llamar más la atención a los clientes para lograr fidelizarlos.	Aprovechar el incremento de personal para que los clientes no esperen mucho por su producto, de esa manera los clientes tendrán buena imagen del local.
Personal amable y comprensivos con los clientes.	Aprovechar la atención que brindan los trabajadores para satisfacer a los clientes y de esta manera alcanzar sus expectativas.	Buscar proveedores con los que se pueda acordar el beneficio para ambos negociantes.
DEBILIDADES	D-O	D-A
Los trabajadores que componen las microempresas no se encuentran capacitados.	Aplicar la técnica de atención al cliente para mejorar en las actividades que se realizan.	Elaborar un presupuesto aceptable para el consumo de la localidad, de esa manera lograr el incremento de clientes.
No ejecuta las técnicas de atención al cliente.	Invertir en la preparación del personal para satisfacer a los clientes.	Aplicar la innovación e invertir en ello, ya que es una manera de llamar la atención al cliente y se sienta a gusto en el local y quiera regresar otra vez.
Los precios son muy elevados para la comunidad.	Innovar en nuevos platos y sacar promociones para que el cliente tenga diferentes opciones.	
Pocas clientelas.		
No hay un ambiente adecuado.		
No cuenta con diferentes medios de pagos.		

2 indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de los Indicadores dentro de la Mype
Implementación de la gestión de calidad	Desconocen cómo aplicar correctamente.
Capacitación del personal	No realizan capacitaciones a su personal. Falta de interés de los representantes del negocio
Tiempo establecido para hacer entrega del producto	No cuentan con un tiempo establecido para la entrega de los productos.
Medios de pago	No cuenta con visa u otros medios de pago solo efectivo.
Satisfacción de los clientes en relación de la atención al cliente.	Los clientes no se encuentran en su total satisfacción ya que encuentran diferentes problemas y no soluciones.
Nivel de rendimiento del personal	No logra adaptarse con facilidad.

3. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Implementación de la gestión de calidad	Falta de compromiso de los representantes que impide implementar una adecuada gestión de calidad.	La desmotivación, el desinterés y la irresponsabilidad de personal que componen la empresa.
Capacitación del personal	No realizan capacitaciones a su personal. Falta de interés de los representantes del negocio	No cuentan con un presupuesto para contratar a personas especializadas y un total desinterés de los representantes.
Tiempo establecido para hacer entrega del producto	No cuentan con un tiempo establecido para la entrega de los productos.	Por falta de personal en la cocina y la variedad de productos que piden.
Medios de pago	No cuenta con visa u otros medios de pago solo efectivo.	Falta de interés y falta de conocimiento para manejar nueva tecnología.
Satisfacción de los clientes en relación de la atención al cliente.	Los clientes no se encuentran en su total satisfacción ya que encuentran diferentes problemas y no soluciones.	Por falta de un buen servicio y productos de calidad
Nivel de rendimiento del personal	No logra adaptarse con facilidad.	Los trabajadores se sienten desmotivados y con total desinterés para mejorar en su labor.

5. Establecer soluciones

9.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Implementación de la gestión de calidad	Falta de compromiso de los representantes que impide implementar una adecuada gestión de calidad.	Aplicar la gestión de calidad en los productos y en el servicio, que los trabajadores sean uno con la empresa ya que de ellos dependerá la rentabilidad del negocio.
Capacitación del personal	No realizan capacitaciones a su personal. Falta de interés de los representantes del negocio	Contratar a personas especializadas para que brinden capacitaciones a los trabajadores y a los representantes.
Tiempo establecido para hacer entrega del producto	No cuentan con un tiempo establecido para la entrega de los productos.	Evaluar cuanto tiempo se demoran en preparar los platillos teniendo un manual de procedimiento medir el nivel de rendimiento personal contratar ayudante en cocina para que se apoyen de esa manera agilicen en sacar los pedidos, logrando su satisfacción a los clientes.
Medios de pago	No cuenta con visa u otros medios de pago solo efectivo.	Implementar más medios de pago para los clientes de esa manera facilitar al cliente su consumo.
Satisfacción de los clientes en relación de la atención al cliente.	Los clientes no se encuentran en su total satisfacción ya que encuentran diferentes problemas y no soluciones.	Tener comunicación con los clientes de esa manera se logrará saber con exactitud sus necesidades y tratar de solucionarlos para que se sientan satisfechos.
Nivel de rendimiento del personal	No logra adaptarse con facilidad.	Tener un tratado importante hacia los trabajadores e incentivarlos para que aprendan nuevas cosas.

9.2 Estrategias que se desean implementar



N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Aplicar la gestión de calidad en los productos y en el servicio, que los trabajadores sean uno con la empresa ya que de ellos dependerá la rentabilidad del negocio	Desinterés por parte de los representantes de la empresa	6 meses	Excelente servicio, logrando que los clientes quieran regresar aumentando la rentabilidad.	Programar y realizar reuniones laborales, para dar a conocer sobre las ventajas que se tiene al aplicar una correcta gestión de calidad.
2	Contratar a personas especializadas para que brinden capacitaciones a los trabajadores y a los representantes.	Falta de presupuesto para contratar personas especializadas para capacitarlos.	8 meses	Trabajadores productivos y mejora de la rentabilidad de la empresa.	Mayor personal especializado en su área logrando desarrollarse sin ningún problema.
3	Evaluar cuanto tiempo se demoran en preparar los platillos, contratar ayudante en cocina para que se apoyen de esa manera agilicen en sacar los pedidos, logrando su satisfacción a los clientes.	Desinterés en tener una buena atención y que los pedidos salgan rápido	6 meses	Permitirá que los empleados sepan cuanto tardara un producto para informar al cliente. También lograrán clientes satisfechos por sus productos dando una atención rápida.	Elaborar y llevar a ejecución el plan de presupuesto para los precios de los productos.

4	Implementar más medios de pago para los clientes de esa manera facilitar al cliente su consumo.	Los representantes de las empresas no lo ven tan importante implementar diferentes medios de pago. Y la falta de conocimiento para manejar los dispositivos.	6 meses	Facilitar los medios de pago dando diferentes opciones a de los clientes.	Informarse más de los medios de pago e implementar en el local.
5	Tener comunicación con los clientes de esa manera se logrará saber con exactitud sus necesidades y tratar de solucionarlos para que se sientan satisfechos.	Falta de evaluación y supervisión constante a todo el personal de la empresa.	6 meses	Conocer que trabajadores y en qué área tienen dificultades en las tareas asignados. La causa de estar desmotivado entre otros.	Formar parte de los trabajadores de la empresa, conociéndolos más, saliendo en grupo.
6	Tener un tratado importante hacia los trabajadores e incentivarlos para que aprendan nuevas cosas.	Desinterés de aprender por parte de los trabajadores.	6 meses	Permitirá conocer más a sus trabajadores y tener un buen trato hacer amistad y formar parte de una familia en la empresa haciendo de esa manera que se sienta cómodo en su trabajo.	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa.

9.3 Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Programar y realizar reuniones laborales, para dar a conocer sobre las ventajas que se tiene al aplicar una correcta gestión de calidad.	Administrador	S/.1500 mensuales	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo.	6 meses
2	Mayor personal especializado en su área logrando desarrollarse sin ningún problema.	Contratar personal especializado para las capacitaciones.	S/. 1300 mensual	Local, materiales y tiempo	8 meses
3	Elaborar y llevar a ejecución el plan de presupuesto de para los precios de los productos.	Contador y administrador.	S/. 1500 mensuales	Materiales, equipos, tiempo.	6 meses
4	Informarse más de los medios de pago e implementar en el local	Administrador.	S/. 1300 mensuales	materiales, equipos, tiempo	6 meses
5	Formar parte de los trabajadores de la empresa, conociéndolos más, saliendo en grupo	Administrador y representante de la empresa.	S/. 110 mensual	Materiales equipos, tiempo	6 meses
6	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa.	Administrador y representante de la empresa.	S/. 1100 mensual		6 meses

6. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero - Diciembre
1	Programar y realizar reuniones laborales, para dar a conocer sobre las ventajas que se tiene al aplicar una correcta gestión de calidad.	01-01-20	30-06-21	
2	Mayor personal especializado en su área logrando desarrollarse sin ningún problema.	01-01-20	30-08-21	
3	Elaborar y llevar a ejecución el plan de presupuesto de para los precios de los productos.	01-01-20	30-12-21	
4	Informarse más de los medios de pago e implementar en el local	01-01-20	30-06-21	
5	Formar parte de los trabajadores de la empresa, conociéndolos más, saliendo en grupo	01-01-20	30-06-21	
6	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa			

VI. CONCLUSIONES

Características de los representantes de las micro empresas.

De acuerdo con lo señalado y los resultados demostrados nos damos cuenta que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad; son de género masculino, también cuentan con estudios superiores no universitarios, son administradores de la empresa y vienen desempeñando en el cargo de 7 a más años.

Características de las micro y pequeñas empresas.

Podemos ver que la mayoría de las micro y pequeñas empresas poseen una permanencia de 7 a más años en el rubro, la mayoría relativa de las micro empresas cuentan de 1 a 5 trabajadores. Asimismo, la mayoría de las micro y pequeñas empresas tiene trabajando a personas familiares, se creó con el objetivo de generar ganancias.

Características sobre gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas.

Está claro que los representantes si conoce el termino gestión de calidad, si utilizan técnicas modernas en su negocio, la mayoría relativa de las micro empresas tiene dificultades con el personal ya que no se adaptan a los cambios. La mayoría de las empresas utiliza la observación para como técnica para medir el rendimiento del personal, la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, También ayuda la gestión de calidad a alcanzar los objetivos y metas trazados. Por otro lado, ellos conocen acerca del término atención al cliente, pero no aplica gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes, Nos demuestran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. Ellos utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, las micro y pequeñas empresas menciona que los principales factores para la calidad del servicio es la rapidez en la entrega de productos, se obtuvo incremento en las ventas como resultado al brindar una buena atención al cliente, pero ellos no están

utilizando estrategias de atención al cliente, no tienen normas para mejorar la atención al cliente, la mayoría de las empresas consideran que la atención al cliente es un factor relevante, La mayoría de las micro empresas están de acuerdo que la mejora de atención al cliente en la empresa siendo amable, capacitando al trabajador y brindando información al cliente. La micro y pequeñas empresas por mayoría considera que las ventajas de brindar una buena atención es ganar rentabilidad. Las Mpye por su mayoría motiva a sus colaboradores dándoles incentivos de esta manera se logra que los trabajadores se sientan motivados para hacer las cosas bien junto a los demás y llegar a los objetivos que se planearon para la organización. La mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas la estrategia que ha implemente en los últimos años es de crear páginas web.

Aspectos complementarios

- Orientar a los trabajadores de este rubro para que trabajen en equipo y se adapten con más facilidad en el ámbito que le designan desarrollarse.
- Buscar la fidelización en los clientes ya que así empresa tendrá ventajas de ganancia e ingresos.
- Invertir en la capacitación del personal asimismo se debe ofrecer herramientas y métodos necesarios para crear un grupo positivo capaz de interactuar con sus consumidores y dejarlos satisfechos. Ya que en la organización los clientes son una clave muy importante y si ellos no están contentos esto quiere decir no hubo una buena atención.
- Reducir el tiempo de entrega de los productos a los clientes, así evitar que los clientes estén en una larga espera generando muchas veces incomodidad y en ocasiones la devolución de los productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. (14 de abril del 2016). Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia. Dinero. Recuperado de <https://www.dinero.com/edicionimpresa/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>
- Bernal, D. (2014). IMPORTANCIA DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO EN LAS ORGANIZACIONES. Universidad militar nueva granada facultad de estudios a distancia (faedis) programa de administración de empresas diplomado en alta gerencia Bogotá, d.c. Recuperado de, <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/6330/trabajo%20de%20grado%200101487.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camisón, C. Cruz. González (2006) Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Recuperado de, <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/55513988/gestion-de-la-calidad.pdf?>
- Chimbotenlinea. (2019). Chimbote: 80% de Mypes que funcionan en mercado local lo hace desde la informalidad. Recuperado de <http://www.chimbotenlinea.com/economia/02/05/2019/chimbote-80-de-mypes-que-funcionan-en-mercado-local-lo-hace-desde-la>
- Huallpahuaque, G. (2015). Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Calidad Total en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014. (Tesis de Licenciado en Administración, Pregrado) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz, Perú. <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039567>
- El Tiempo (2019). Piura entre las regiones con más Mypes lideradas por mujeres. Recuperado de <https://eltiempo.pe/piura-entre-las-regiones-con-mas-mypes-lideradas-por-mujeres/>
- Kano, M. (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro hostales del distrito de nuevo chimbote, 2019. (Uladech católica, Tesis de licenciatura). Recuperado de file:///C:/Users/erick/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(7).pdf

- Najar, G. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes sector servicios, centros médicos particulares, distrito de Iquitos, año 2017. (Uladech católica, Tesis de licenciatura). Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2439/GESTION_DE_CALIDAD_FORMALIZACION_SERVICIO_NAJAR_REATEGUI_GIANCARLO.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Sánchez, B. (2014). Las mypes en Perú. su importancia y propuesta tributaria. Recuperado de <https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>
- Radiorsd. (2019). Más de 46 mil microempresas sostienen la economía de Áncash. Recuperado de <https://radiorsd.pe/noticias/mas-de-46-mil-microempresas-sostienen-la-economia-de-ancash>
- Ríos, A. (2014). Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes- del 78 distrito de Huanchaco año 2014. Tesis Universidad Católica los Ángeles de Huanchaco, Trujillo, 2014.
- Rousseaux, J. (20 de junio del 2017). En la Argentina hay 605, 626 empresas activas: El 99% son mypes y el 0.6% son grandes empresas. Telam. Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201706/192914-argentina-empresas-activascifras-mayoria-pymes.html>
- Pérez, J. (2011). EMPRESA Y ADMINISTRACIÓN. MACMILLAN IBERIA, S.A. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/52804?page=7>
- Pérez, V. (2010) Calidad Total en la Atención Al Cliente *Gestión empresarial*. Recuperado de https://books.google.es/books?id=xXdBBinORegC&dq=Principios+de+la+atenci%C3%B3n+al++cliente+&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Ochoa, V. (2018). Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención. Gestión Económica. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918-noticia/?ref=gesr>

- Ortiz, L. (2015). Propuesta de mejoras del servicio al cliente en las entidades financieras. Universidad militar nueva granada especialización en alta gerencia facultad de estudios a distancia Bogotá d.c - Colombia 2015. Recuperado de, <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/13647/TRABAJO%20DE%20GRADO%20FINAL%20ORTIZ%20HERRERA%20LUZ%20AYDA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Torres, L. (2019). Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, fotocopiado y digitalización de documentos en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2019. (Uladech católica, Tesis de licenciatura). Recuperado de file:///C:/Users/erick/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(6).pdf
- Quiliche, M. (2016). Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria Cajamarca 2016". Universidad privada del norte. Recuperado de, <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/9901/QUILICHE%20VILLANUEVA%20c%20%20MARINA%20%20AYDEE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Velásquez, K. (2018). Un 38% de micro, pequeñas y medianas empresas en México no crecen por falta de financiamiento, México. Marketing4ecommerce. Recuperado de <https://marketing4ecommerce.mx/38-micro-pequenas-medianas-empresas-mexico-no-crecen-falta-de-financiamiento/>
- Villalba, S. (2016). Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora. (Universidad católica del Ecuador, tesis de licenciatura). http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/tesis%20final%20con%20formato%20dise%c3%91ado2.pdf?sequence=1&isallo&fbclid=iwar2n7g5zx_rmwgh7afrxtwua1vqpoco3urprqlyywt4vdbwjbktw2ybtsy

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

N°	ACTIVIDADES	AÑO 2020								AÑO 2021							
		SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE 0				SEMESTRE I			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusión y recomendación									X							
11	Mejoramiento de la elaboración de tablas y gráficos										X						
12	Mejoramiento de los resultados y análisis											X					
13	Redacción de conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen – abstract												X	X			
14	Redacción del pre informe de investigación												X				
15	Sustentación del pre informe final												X				
16	Redacción del informe final													X			
17	Revisión del informe final por el jurado investigador													X			
18	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
19	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
20	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categorías	Base	% Numero	Total (S/.)
Suministros			
Impresiones	0.3	30	9
Fotocopias	50	0.1	5
Empastado	0	0	0
Papel Bond A 4 (500 Hojas)	2	22.5	45
Lapiceros	2	0.8	1.6
Servicios			0
Uso del turnitin	50	2	100
Sub total			160.6
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar la información	30	30	60
Sub total			60
Total de presupuesto desembolsable			280.6
Presupuesto no desembolsable (Uladech)			
Categoría	Base	% Numero	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120
Búsqueda de información en base de datos	35	2	70
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	160
Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50
Sub total			400
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252
Sub total			252
Total de presupuesto no desembolsable			652
Total (S/.)			852.6

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante

Aneo 3: Cuadro de sondeo

N°	RAZÓN SOCIAL	UBICACIÓN	TELÉFONO
1	Cevicheria “ DON ABEL”	Av, Perú 4ta. cdra, Chimbote	(043) 316349
2	Cevicheria “ DEYSY”	Villamaria y_7, Nuevo Chimbote	994 703 228
3	Cevicheria “ LA TIA VICKY”	Jr. libertad, Chimbote	963256826
4	Cevicheria “ LA TIA OSA”	Jiron cahuede, Chimbote	932658932
5	CEvicheria “ COSTA VERDE”	Auxiliar panamericana nortte., nuevo Chimbote	(043) 311941
6	Cevicheria “MERY”	Av alcatraces, Chimbote	963245693
7	Cevicheria “ ELVIRA”	Cesar vallejo 678, Chimbote	922 416 947
8	Cevicheria“ MARTITA”	Av. aviación, nuevo Chimbote	937 258 724
9	Cevicheria “ AVIACIÓN”	Aviación. nuevo Chimbote	(043) 607735
10	Cevicheria “ EL CEVICHÓN”	Villamaria y'_7, nuevo Chimbote	994 703 228

Anexo 4: Instrumentos de recolección de datos

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a) Abelino Pérez Valverde

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación optar el título de Licenciada en Ciencias Administrativas denominada: Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso del Planeamiento estratégico como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

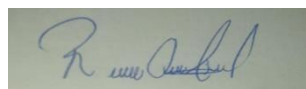
Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 930136250, correo: Karina.quezada4@outlook.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina celular N° 980259211 y al correo: rcenturionm@uladech.edu.pe

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 mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Ruth Karina
Quezada Flores



20/04/2020

4:45 pm

Nombre del investigador

Firma del investigador

Fecha

Hora

Dr. Reinerio Zacarias
Centurión Medina

Nombre del Tutor

Firma del Tutor

Fecha

Hora

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

Nombre:

Abelino Pérez Valverde

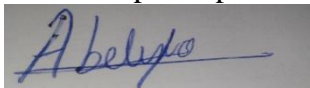
Fecha:

20/04/2020

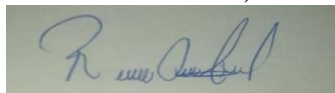
Correo electrónico:

Abelino_perez4@hotmail.com

Firma del participante:



Firma del investigador (o encargado de recoger información):



Anexo 5: 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 DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DEL PUEBLO JOVEN DE VILLA MARÍA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2020, para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña
a) Dueño

b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

1.2.Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1.GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) outsourcing
- f) otros
- g) Ninguno

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

19. ¿Qué herramientas que utiliza para un servicio de calidad?

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

20. ¿Cuáles son los principales factores que se brinda para una buena calidad al servicio?

- 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. ¿Por qué 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.

24. ¿Usted utiliza estrategias para la satisfacción al cliente?

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

25. ¿Cree que la atención al cliente es un factor relevante para mejorar la satisfacción al cliente?

- a) Si
- b) No

26. ¿Cómo puede mejorar la atención al cliente?

- a) Capacitar al colaborador
- b) Contratar un personal apto para el trabajo

27. ¿Cuáles son las ventajas de un buen servicio?

- a) Rentabilidad b) Buena imagen c) Capacitaciones al cliente.

28. ¿Conoce que son las estrategias para mejorar el servicio?

- a) Si b) No

29. ¿Conoce cuáles son las maneras de motivar al trabajador?

- a) Asensos c) Reconocimientos
- b) Incentivos d) T.A

30. ¿Qué estrategias aplica el último año?

- a) Crear páginas web b) Aplicar atención al cliente.

Anexo 6. Hoja de tabulación

Características de los representantes de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	a. 18-30 años	IIII	4	40.00
	b. 31-50 años	IIIIII	6	60.00
	c. 51 a más años		0	0.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Género	Masculino	IIIIII	6	60.00
	Femenino	IIII	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Grado de instrucción	Instrucción no universitaria	II	2	17.00
	Secundaria		0	0.00
	Técnico	IIIIII	7	58.00
	Universitario	IIII	3	25.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Cargo que desempeña	Dueño	IIIIII	6	60.00
	Administrador	IIII	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Tiempo que desempeña el cargo	0 a 3 años	II	2	20.00
	4 a 6 años	IIII	3	30.00
	7 a más años	IIIIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes en las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del pueblo joven de villa maría del distrito de nuevo Chimbote, 2020.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la microempresa	0 a 3 años	IIII	4	40.00
	4 a 6 años	I	1	10.00
	7 a más años	IIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIII	7	70.00
	6 a 10 trabajadores		0	0.00
	11 a más trabajadores	III	3	30.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Personas que trabajan en su empresa	Familiares	IIIIII	7	70.00
	No familiares	III	3	30.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIII	6	60.00
	Subsistencia	IIII	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes en las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del pueblo joven de villa maría del distrito de nuevo Chimbote, 2020.

Características sobre Gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el termino gestión de calidad	Si	IIIIII	6	60.00
	No		0	0.00
	Tengo cierto conocimiento	IIII	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Técnicas de la gestión de calidad	Benchmarking		0	0.00
	Atención al cliente	IIIIIIII	10	100.0
	Empowerment		0	0.00
	Las 5 S		0	0.00
	Outsourcing		0	0.00
	Otros		0	0.00
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa	III	3	30.00
	Aprendizaje lento	II	2	20.00
	No se adapta a los cambios	III	3	30.00
	Desconocimiento del puesto		0	0.00
	Otros	II	2	20.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	II	2	20.00
	La evaluación	III	3	30.00
	Escala de puntuaciones	IIII	5	50.00

	Evaluación de 360°		0	0.00
	Otros		0	0.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si	IIIIIIII	10	100.00
	No		0	0.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos	Si	IIIIII	6	60.00
	No		0	0.00
	A veces	IIII	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Termino de atención al cliente	Si	IIIIIIII	10	10.00
	No			0.00
	Tengo cierto conocimiento		0	0.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes	Si	IIIIIIII	8	80.00
	No		0	0.00
	A veces	II	2	20.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
La atención al cliente de calidad hace que vuelvan al negocio	Si	IIIIIIII	10	100.0
	No		0	0.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Herramientas para un buen servicio de calidad	Comunicación	III	3	30.00
	Confianza	III	3	30.00

	Retroalimentación	III	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Factores que brindan servicios de calidad	Atención al cliente	III	3	30.00
	Rapidez en la entrega de los clientes	IIII	5	50.00
	Las instalaciones	II	2	20.00
	Ninguna		0	0.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Resultados que se logra por un buen servicio	Cliente satisfechos	IIII	5	50.00
	Fidelización de los clientes	III	4	40.00
	Posicionamiento		0	0.00
	Incremento en las ventas	I	1	10
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Estrategias para la satisfacción al cliente	Si	IIIIIIII	10	100.0
	Ni		0	0.00
	A veces		0	0.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Normas que caracteriza a la empresa	Si	IIII	6	60.00
	No	III	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
La atención al cliente como gestión de calidad	Si	IIIIIIII	10	100.0
	No		0	0.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0

Atención al cliente como factor relevante para mejorar la satisfacción	Si	IIIIIIII	10	100.0
	No		0	0.0
	Total	IIIIIIII	10	100.00
Mejorar la atención al cliente	Amabilidad	II	2	20.00
	Capacita al colaborador	III	3	30.00
	Información al cliente	I	1	30.00
	T.A	IIII	4	40.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Ventajas de un buen servicio	Rentabilidad	III	3	30.00
	Buena imagen	II	2	20.00
	Capacitación al cliente	0	0	0.00
	Todas las respuestas	IIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Estrategias para mejorar el servicio	Si	IIIIIIII	10	100.0
	No		0	0
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Maneras de motivar al trabajador	Ascensos		0	0.00
	Incentivos	IIII	5	50.00
	Reconocimientos		0	0.00
	Todas las respuestas	IIII	5	50.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Estrategias aplicadas el último año	Crear páginas web y/o Redes sociales	II	2	20.00
	Publicidad	II	2	20.00
	Promociones	II	2	20.00
	Delivery	II	2	20.00
	T.A	II	2	20.00
	Total	IIIIIIII	10	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes en las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes del pueblo joven de villa maría del distrito de nuevo Chimbote, 2020.

Anexo 8: validación del cuestionario.

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Estrada Díaz, Elida Adelia

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Licenciada en Administración

1.4. Institución donde labora: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario Marketing

1.7. Autor del instrumento: Quispe Flores, Ruth Karina

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento

Ítem relacionado con gestión de calidad	Validación de contenido El ítem correspondiente a alguna dimensión de la variable		Validación de constructo El ítem contribuye a medir el indicador planeado		Validación de criterio El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. Edad	X		X		X		
2. Genero	X		X		X		
3. Grado de instrucción	X		X		X		
4. Cargo que desempeña	X		X		X		
5. Tiempo que desempeña en el cargo	X		X		X		
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	X		X		X		
7. Número de Trabajadores	X		X		X		
8. Las personas que trabajan en su empresa son:	X		X		X		
9. Objetivo de creación	X		X		X		
10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	X		X		X		

12. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?	X		X		X		
13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	X		X		X		
14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		
15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?	X		X		X		
16. ¿Conoce el término de atención al cliente?	X		X		X		
17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	X		X		X		
18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento?	X		X		X		
19. ¿Qué herramientas utiliza para un servicio de calidad?	X		X		X		
20. ¿Cuáles son los principales factores que se brinda para una buena la calidad al servicio?	X		X		X		
21. ¿La atención que brinda a los clientes es?	X		X		X		
22. ¿Por qué considera ustedes que se está dando una mala atención al cliente?	X		X		X		
23. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	X		X		X		
24. ¿Usted utiliza estrategias para la satisfacción al cliente?	X		X		X		
25. ¿Cree que la atención al cliente es un factor relevante para mejorar la satisfacción al cliente?	X		X		X		
26. ¿Cómo puede mejorar la atención al cliente?	X		X		X		
27. ¿Cuáles son las ventajas de un buen servicio?	X		X		X		
28. ¿Cuáles son las estrategias para mejorar el servicio?	X		X		X		
29. ¿Conoce cuáles son las maneras de motivar al trabajador?	X		X		X		
30. ¿Qué estrategias aplica el último año?	X		X		X		


 Estrada Díaz, Elida Adelia
 CIAD: N° 14640

Anexo 8: Figuras

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Figura 1. Edad

Fuente: Tabla 1.

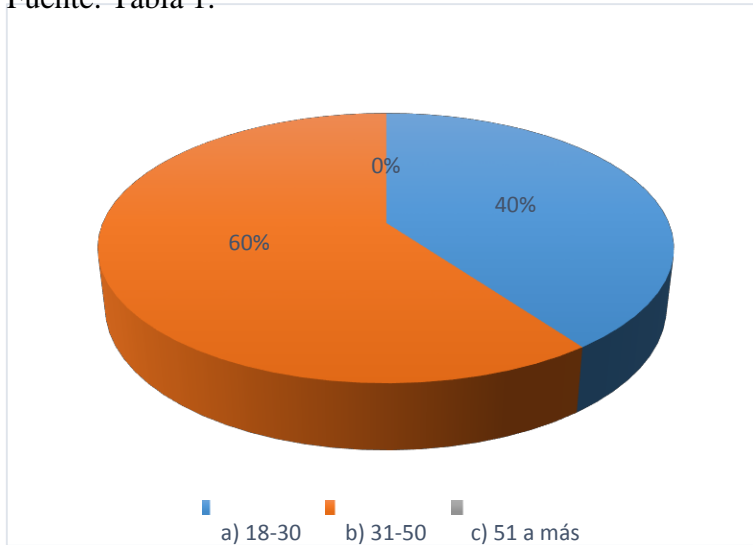


Figura 2. Género

Fuente: Tabla 1.

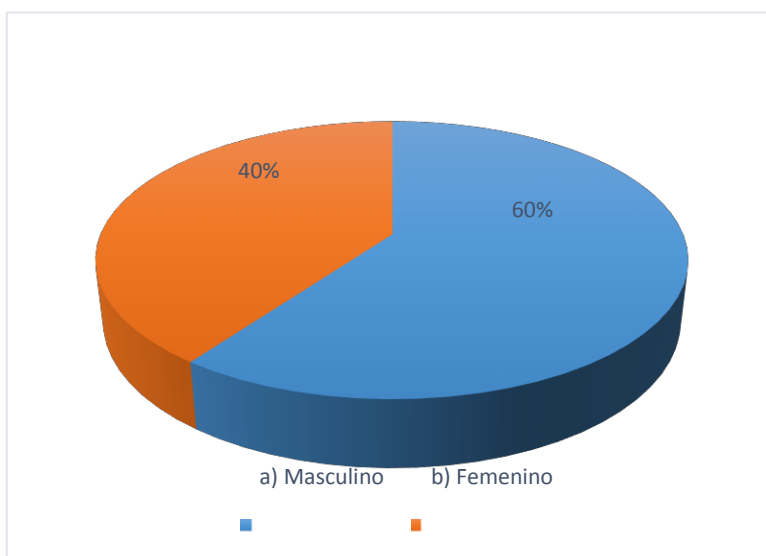


Figura 3. Grado de instrucción
Fuente. Tabla 1.

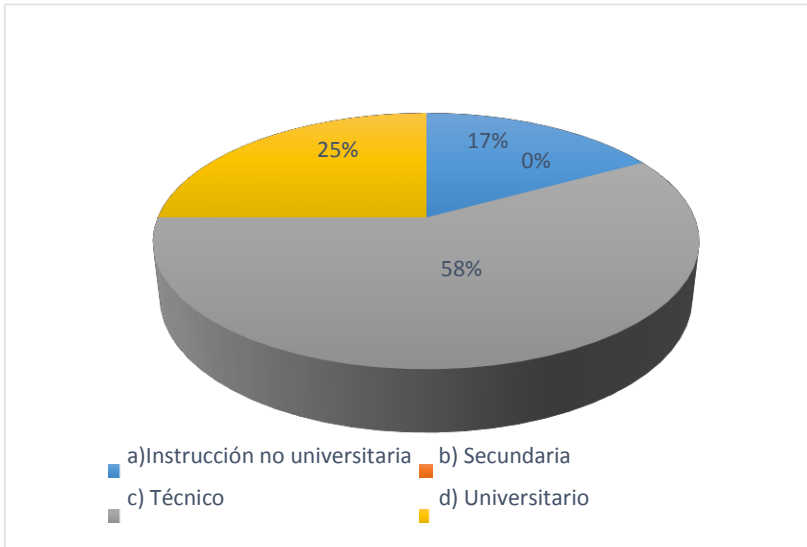


Figura 4. Cargo que desempeña
Fuente. Tabla 1.

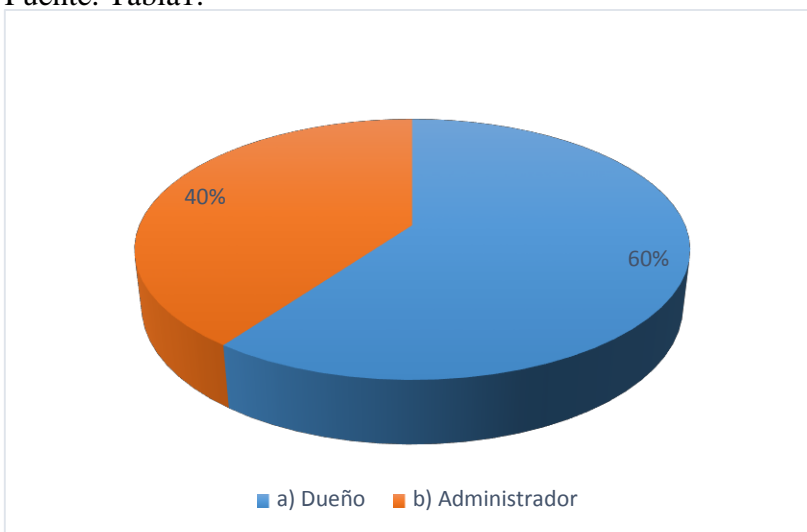
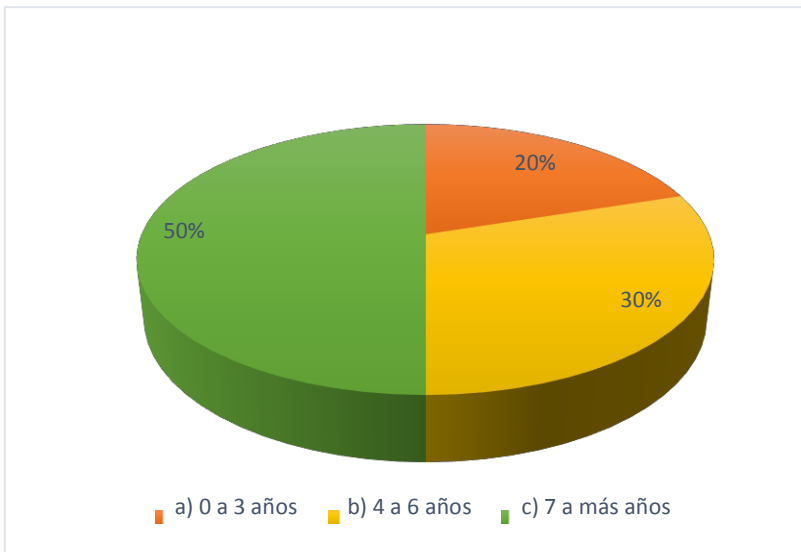


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo
Fuente: Tabla 1.



Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro
Fuente: Tabla 2.

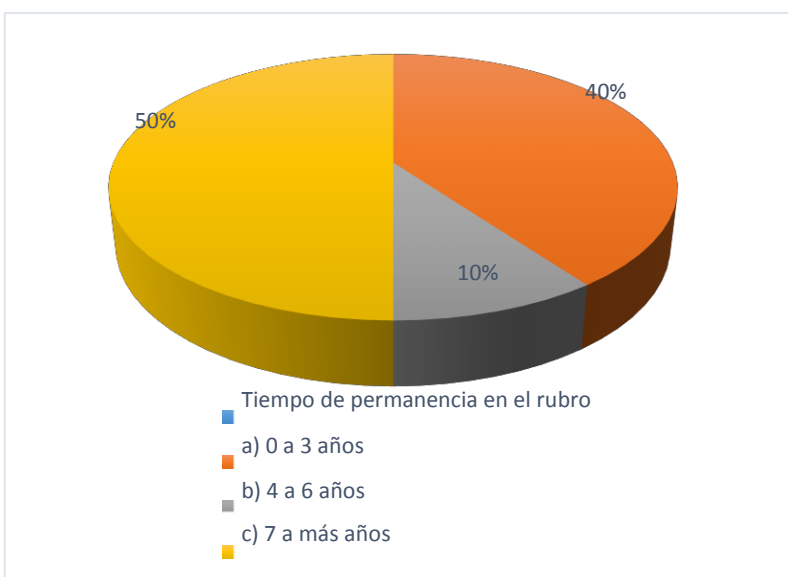


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2.

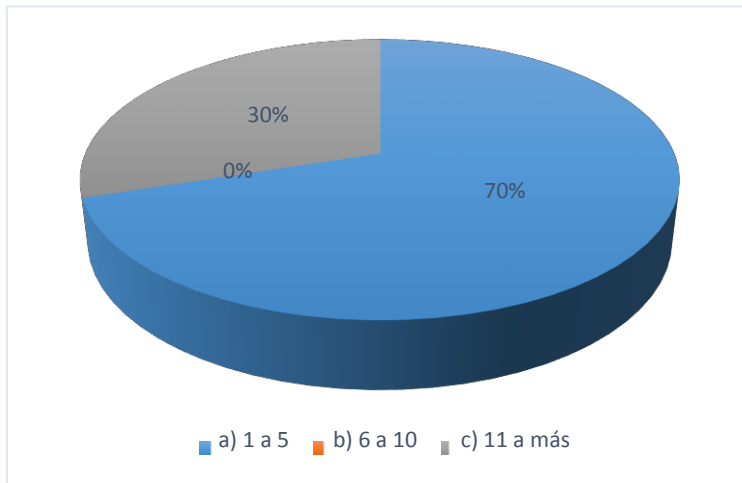


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa

Fuente: Tabla 2.

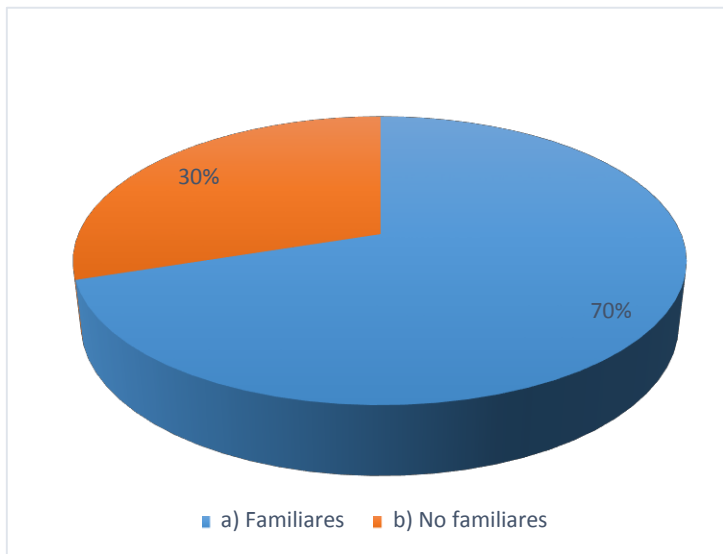
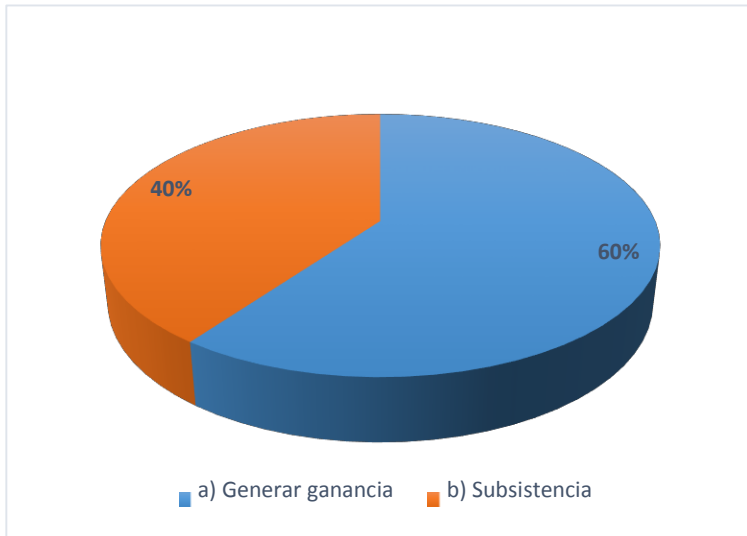


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente: Tabla 2.



Características sobre Gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del pueblo Joven de Villa María del Distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad

Fuente: Tabla 3.

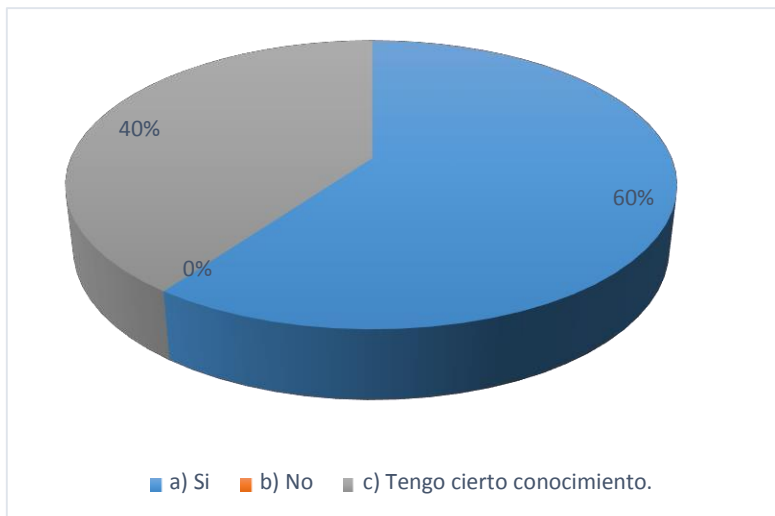


Figura 11. Técnicas de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

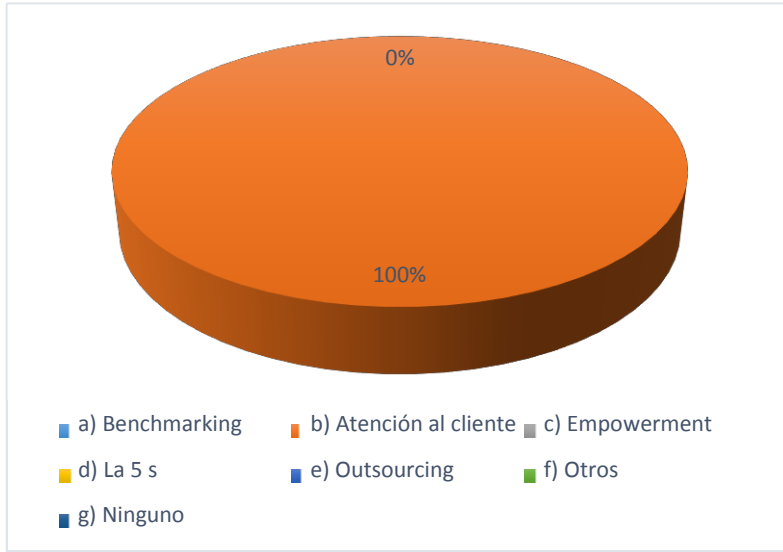


Figura 12. Dificultades de implementar la gestión

Fuente: Tabla 3

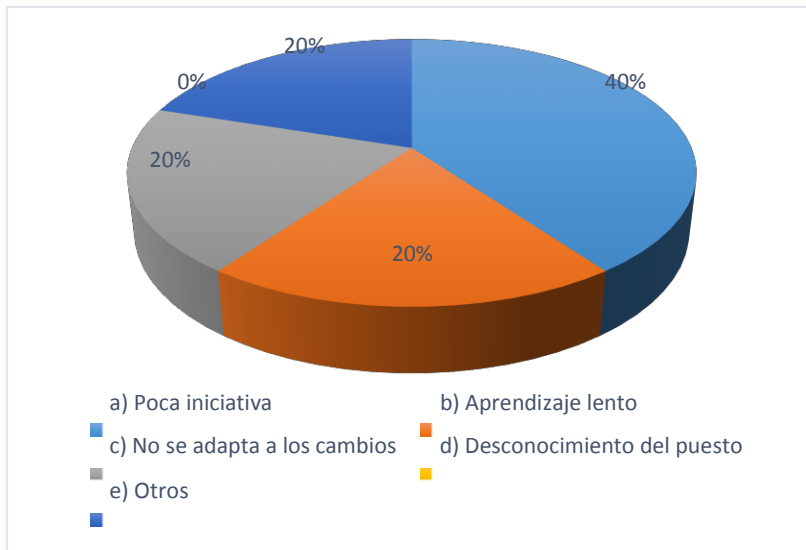


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente: Tabla 3.



Figura14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 3.

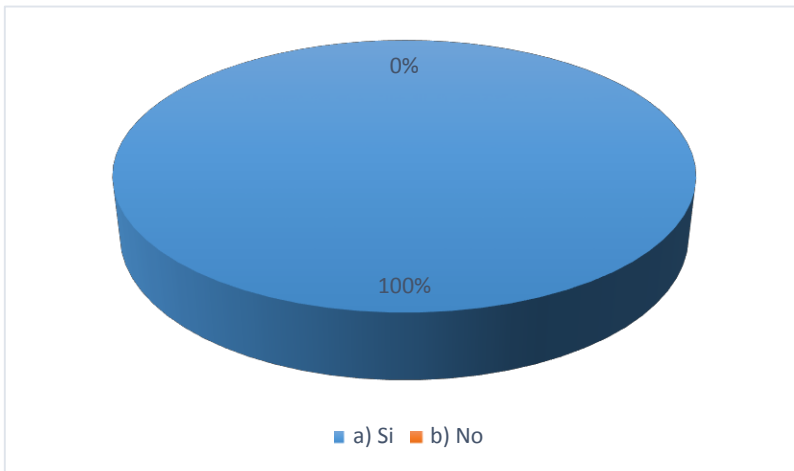


Figura 15. Gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas.

Fuente: Tabla 3.

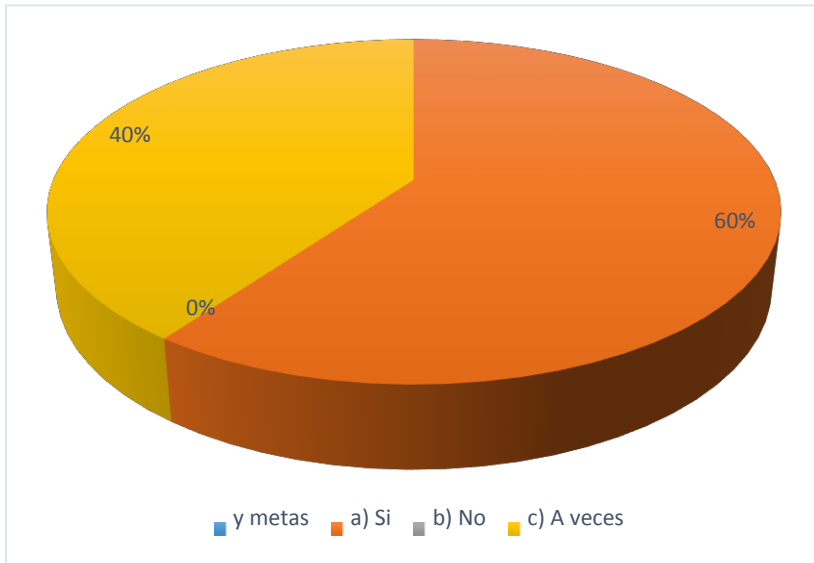


Figura 16. Termino de atención al cliente Fuente.

Tabla 3.

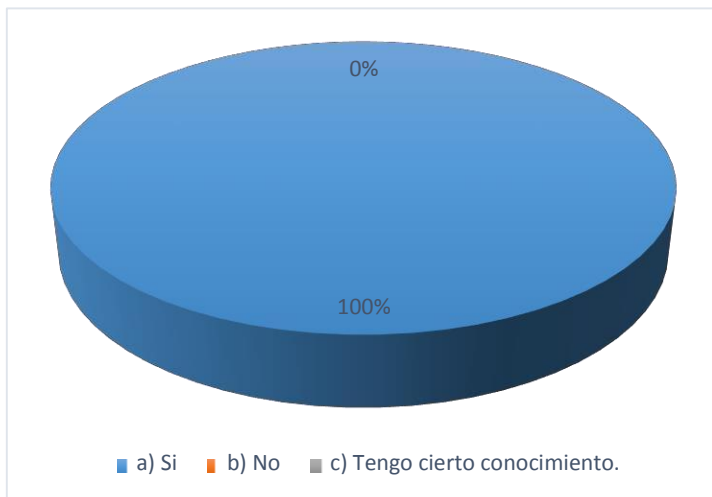


Figura 17. Gestión de calidad en el servicio que brinda a los clientes

Fuente: Tabla 3.

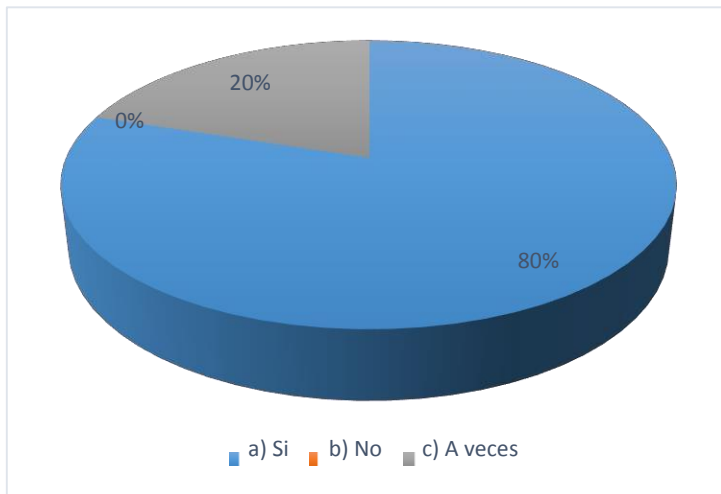


Figura 18. La atención al cliente hace que vuelvan al negocio

Fuente: Tabla 3.

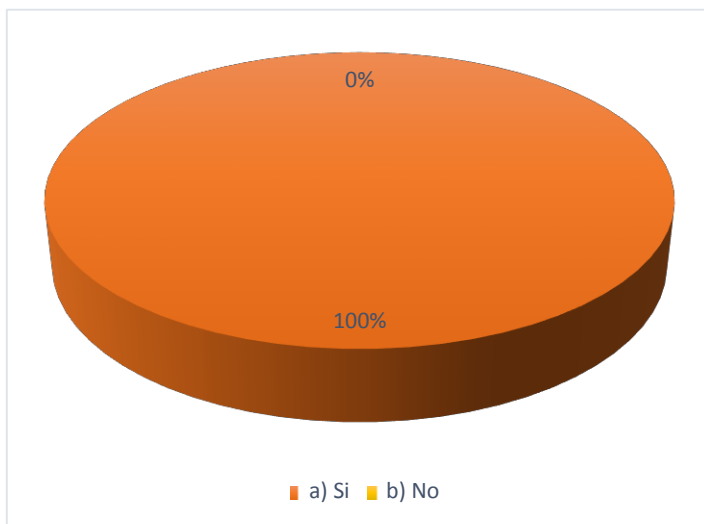


Figura 19. Herramientas para un buen servicio de calidad

Fuente: Tabla 3.

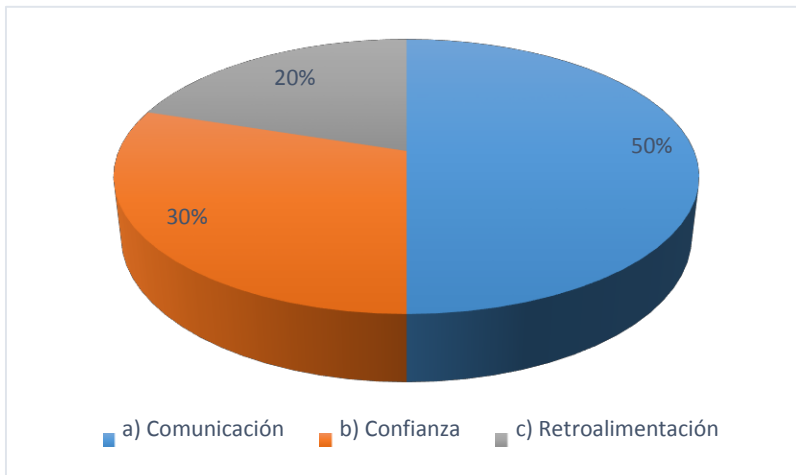


Figura 20. Factores que brindan servicio de calidad Fuente:

Tabla 3.



Figura 21. Resultados que se logran por un buen servicio

Fuente: Tabla 3.



Figura 22. Estrategias para la satisfacción al cliente

Fuente: Tabla 3.

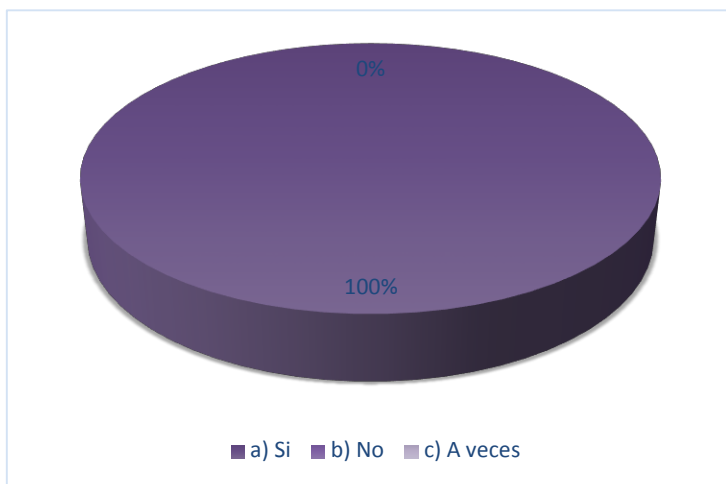


Figura 23. Normas que caracteriza a la empresa

Fuente: Tabla 3.

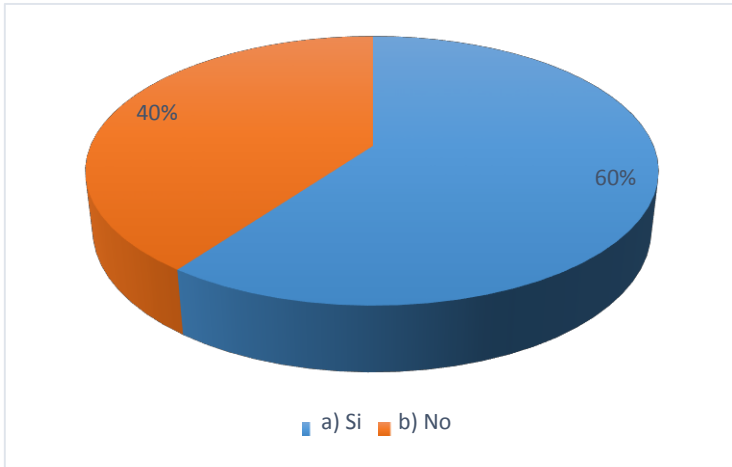


Figura 24. La atención al cliente como gestión de calidad

Fuente: Tabla 3.

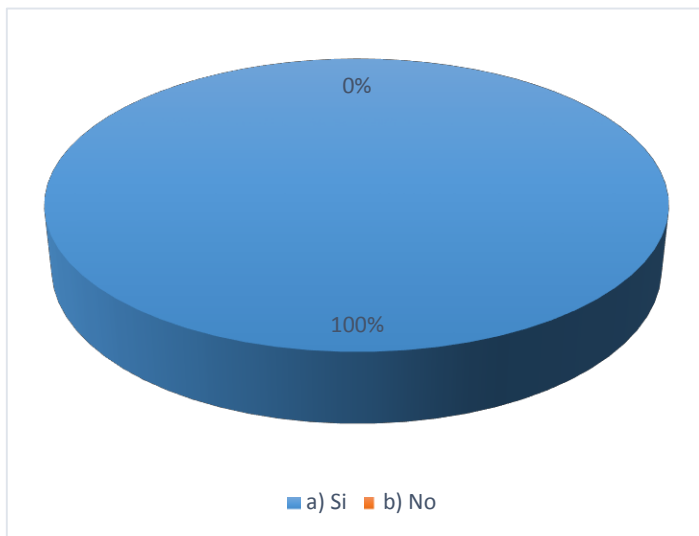


Figura 25. Atención al cliente como factor relevante para mejorar la satisfacción

Fuente: Tabla 3.

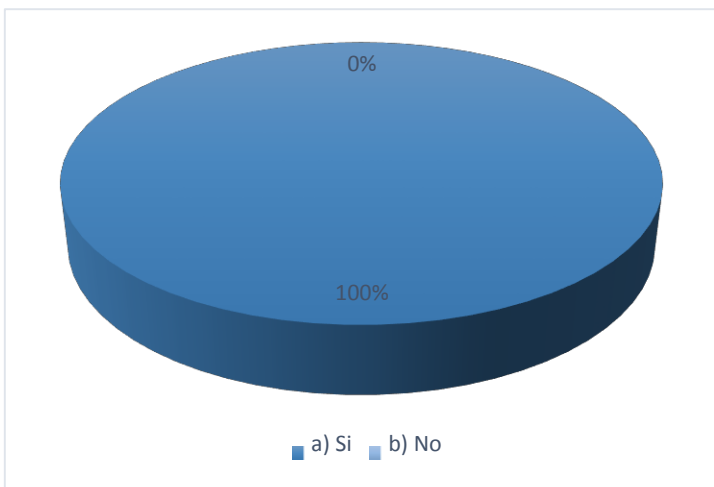


Figura 26. Mejorar la atención al cliente.

Fuente: Tabla 3.

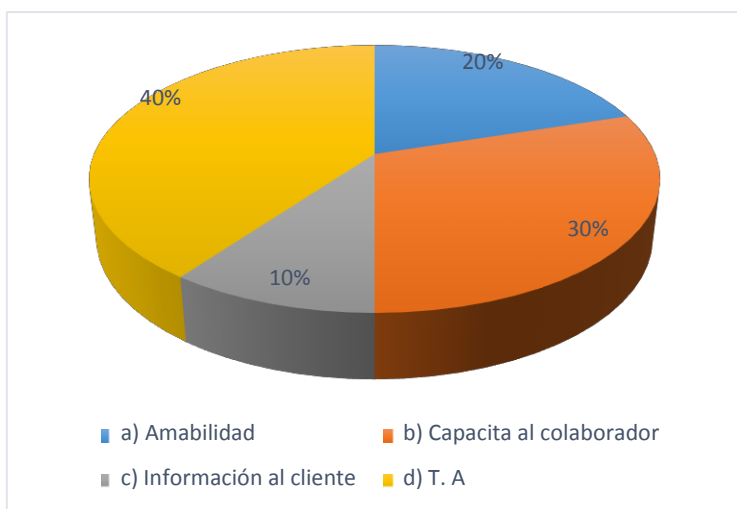


Figura 27. Ventajas de un buen servicio

Fuente: Tabla 3.

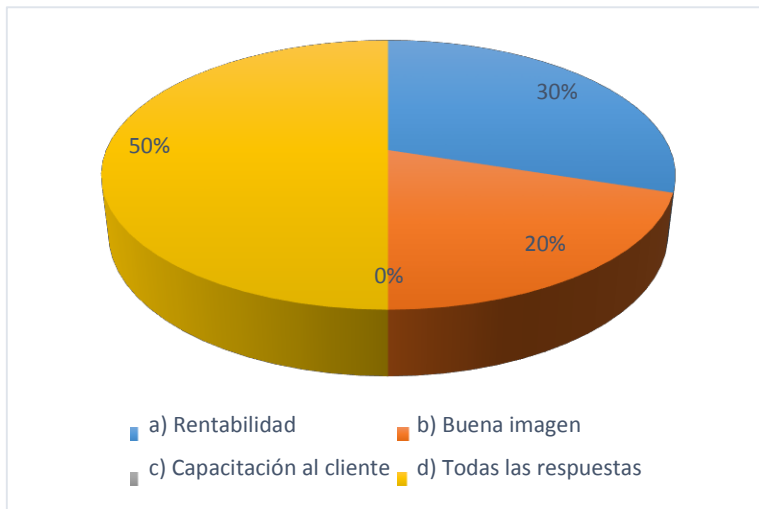


Figura 28. Estrategias para mejorar el servicio

Fuente: Tabla 3.

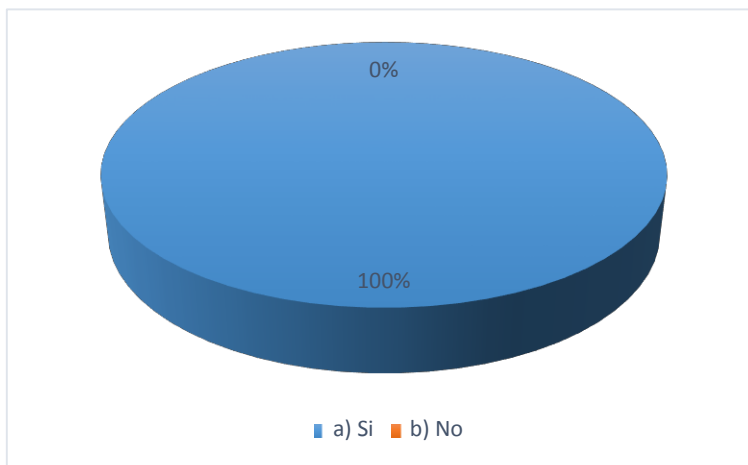


Figura 29. Maneras de motivar al trabajador

Fuente: Tabla 3.

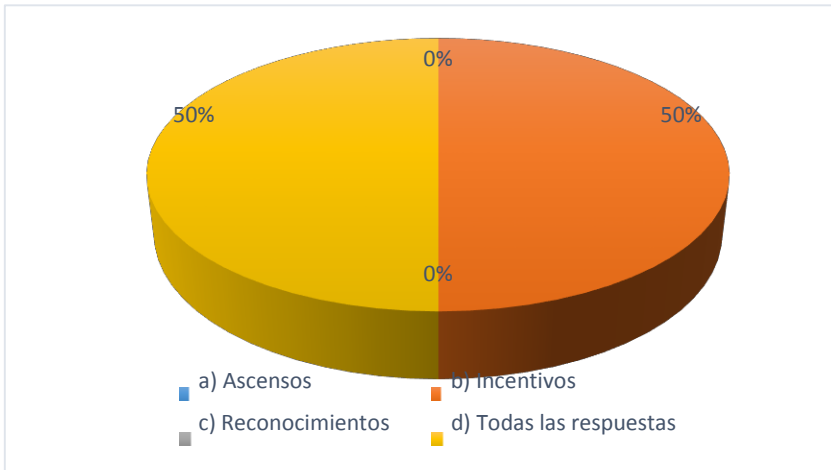
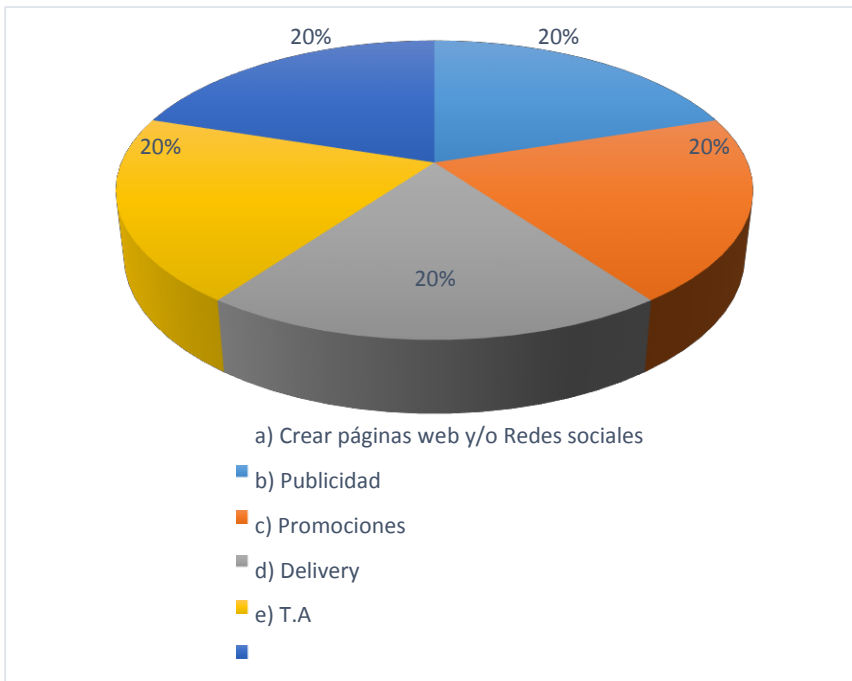


Figura 30. Estrategias aplicadas el último año

Fuente: Tabla 3.



Anexo 9: Otros

turnitin

RUTH KARINA QUEZADA FLORES | TALCOCUR-ROEZADAF-INFORME FINAL-TURNITIN-2022-01

Resumen de coincidencias X

0 %

No existen fuentes coincidentes para este informe.

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL
CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA
GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,
RUBRO RESTAURANTES DEL PUEBLO JOVEN DE
VILLA MARÍA DEL DISTRITO DE NUEVO
CHIMBOTE, 2020

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