



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**  
GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIOS, RUBRO POLLERÍAS DEL CASCO URBANO  
DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018

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

**AUTOR**

VIDAL ALBA, EDSON FABRICIO

ORCID: 0000-0002-5572-719X

**ASESORA**

Mgtr: ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**CHIMBOTE-PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Vidal Alba, Edson Fabricio

**ORCID:** 0000-0002-5572-719X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Estudiante de Pregrado

Chimbote, Perú

### **ASESORA**

Mgr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

**ORCID:** 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote Facultad de ciencias contables, Escuela

Profesional de Administración

### **JURADO**

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Mgr. Limo Vasquez, Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID ID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0002-5066-5794

Asesora

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas, por guiarme, por protegerme y cuidarme, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida.

Le doy las gracias a mi Madre Vilma Alba Chinchay y a mi abuelita en el cielo por sus consejos y apoyarme en todo momento de mi vida, por los valores que me han inculcado y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación.

## **DEDICATORIA**

A Dios porque a pesar de mil dificultades, él está siempre conmigo donde quiera que voy por darme las fuerzas necesarias, por no dejarme caer, para poder concluir satisfactoriamente mis más anheladas metas.

Dedico este trabajo con todo cariño a mi Madre y abuela por su apoyo constante, por llenar mi vida con sus valiosos consejos, a mi Madre querida porque ella me ayudo en las buenas y en las malas hasta del día de hoy, además por darme la vida. Te Amo Mamá.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las características de gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del Casco Urbano del Distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018. La investigación fue de diseño no experimental- Transversal. Para el recojo de la información se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas de una población de 25. A quienes se les aplicó un cuestionario estructurado por 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 70% de los representantes tienen de 18 a 30 años, el 60% de las micro y pequeñas empresas tienen como tiempo de permanencia de 0 a 3 años, el 60% tiene cierto conocimiento del término de Gestión de Calidad, el 100% menciona que la Gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio, el 70% si conoce el término atención al cliente, el 60% no aplica la Gestión de Calidad en el servicio a sus clientes, el 100% considera que si brinda una buena atención al cliente. La investigación concluye en que la mayoría de los representantes tienen cierto conocimientos sobre la gestión de calidad ya que conocen solo la técnica de la observación para medir el potencial de su personal y suelen conocer la atención al cliente como rapidez en la entrega del producto y no tratan de empatizar con el cliente.

**Palabras clave:** Atención, Gestión y Calidad.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to determine the characteristics of quality management under the focus on customer service in micro and small companies in the service sector, in the pollerías of the Casco Urbano of the District of Chimbote, province of Santa, year 2018. The research It was non-experimental-Transversal design. For the collection of the information, a sample of 10 micro and small companies from a population of 25 will be found. To whom a questionnaire structured by 23 questions was applied, through the survey technique, obtaining the following results: 70 % of the representatives are 18 to 30 years old, 60% of the micro and small companies have a residence time of 0 to 3 years, 60% have some knowledge of the term of Quality Management, 100% mention that the Quality management if business performance improves, 70% if they know the term customer service, 60% do not apply Quality Management in service to their customers, 100% consider that if they provide good customer service. The investigation concludes that most of the representatives have certain knowledge about quality management since they know only the observation technique to measure the potential of their staff and usually know the customer service as speed in the delivery of the product and not They try to empathize with the client.

**Keywords:** Attention, Management and Quality.

## CONTENIDO

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. 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 .....	1
II. Revisión de literatura .....	9
III. Hipótesis de la investigación .....	44
IV. Metodología.....	45
4.1. Diseño de la investigación:.....	45
4.2. Población y Muestra: .....	45
4.3. Definición y operacionalización de la variable .....	46
4.4. Técnicas e instrumentos .....	50
4.5. Plan de análisis .....	50
4.6 Matriz de consistencia .....	51
4.7. Principios éticos.....	52
V. Resultados.....	53
5.1. Resultados.....	53
5.3. Análisis de resultados .....	59
VI. Conclusiones .....	67
Aspectos Complementarios .....	68
Referencias Bibliograficas.....	69
Anexos.....	75



## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

<b>Tabla 1.</b> Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	53
<b>Tabla 2.</b> Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	54
<b>Tabla 3.</b> Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	55

## **FIGURAS**

Figura 1. Edad.....	89
Figura 2. Genero.....	89
Figura 3. Grado de instrucción.....	90
Figura 4. Cargo.....	90
Figura 5. Tiempo en el cargo.....	91
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	91
Figura 7. Número de trabajadores en la empresa.....	92
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa.....	92
Figura 9. Objetivo de creación.....	93
Figura 10. Conoce el termino Gestión de calidad.....	93
Figura 11. Técnicas de gestión que conoce.....	94
Figura 12. Dificultades en la Gestión de calidad.....	94
Figura 13. Técnicas para medir el personal.....	95
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio.....	95
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas.....	96
Figura 16. Conoce el termino atención al cliente.....	96
Figura 17. Aplica gestión de calidad en el servicio a sus clientes.....	97
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese.....	97
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	98
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda.....	98
Figura 21. La atención que brinda a los clientes.....	99

Figura 22. Considera usted que está dando una mala atención al cliente.....99

Figura 23. Resultados logrados al brindar una buena atención al cliente.....100

## **I. INTRODUCCIÓN**

En los años setenta y tres llegaron los denominados petrodólares, lo cual fue el resultado de los superávits comerciales, invadiendo las grandes financieras internacionales otorgando créditos de libre disponibilidad, es así como dieron la oportunidad a nuevos emprendedores de realizar sus micro y pequeñas empresas, generando una gran cantidad de puestos de trabajo, así mismo el aumento de las micro empresas también es debido a los elevados porcentajes de desempleo, haciendo que muchas personas busquen la manera de tener algún ingreso económico para solventar sus gastos familiares, pero también fue evidente la falta de conocimientos administrativos por parte de los emprendedores, puesto que muchos de ellos no tenían estudios superiores es por eso que muchas no permanecieron en el mercado. (Herrera, 2011)

Por su parte el gobierno busca promover el desarrollo y crecimiento de las MYPES, debido a su importancia para el País. Según Tuesta (2018) “el gobierno destinará más de s/1.000 millones para el surgimiento de las micro y pequeñas empresas” (párr.3). Lo cual brindara un mayor impulso al crecimiento de las micro y pequeñas empresas, ayudando también al emprendedor a tener un capital de trabajo para que pueda contar con los recursos necesarios que les permitan brindar una buena atención al cliente. También es importante saber que muchas personas no conceden estos beneficios por no saber cómo invertirlos, ya que son gestionadas por sus propios dueños y muchos no tienen las capacidades gerenciales, es por eso que las dirigen empíricamente basado solo en experiencias y por consecuencia no alcanzan a brindar una buena gestión de calidad.

Además, la mayoría de MYPES no dan un buen índice de calidad, ya que solo trabajan para compensar sus gastos del día, y no trazan un objetivo a largo plazo con una buena gestión para alcanzar beneficios muchos más rentables, debido a este problema no se brinda la atención que el cliente espera recibir, en muchos casos las MYPES ponen resistencia a los cambios y no hacen uso de la tecnología actual, puesto que hoy en día las ventas se hacen mayormente por delivery. Entonces es importante que las organizaciones se adapten a los cambios del entorno en el que se encuentran. Es así como se irán organizando nuevo sub-servicios, logrando la diferencia en la competencia y permaneciendo en la mente de nuestros consumidores que es uno de los principales objetivos.

La falta de una gestión de calidad adecuada puede ser lo que le falta al Perú y a sus pequeñas empresas para un salto internacional en el mercado, y dejar de consumir a empresas de otros países y consumir productos netamente peruanos, que traerían muchos beneficios para nuestro País y nuestra cultura. Y se puede decir que la atención al cliente es una herramienta que ayuda a las microempresas a brindar un servicio de calidad, teniendo bien claro nuestra misión y visión, así también se debe conocer nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Por otra parte, se sabe que una buena atención permite entrar en la mente del consumidor para que este se convierta en un futuro nuestro cliente fiel y así en un futuro poder lograr un posicionamiento en el mercado.

Pero este problema no solo la pasan las microempresas de nuestro País, sino también las internacionales como es caso de las pequeñas y medianas empresas de España que representan más del 90% del tejido empresarial y son las principales generadoras de

informalidad cuanto más pequeñas son, la subdirección general de apoyo a la pyme subraya que las compañías que cuentan hasta con 9 asalariados suponen el 30% del empleo nacional y las que contabilizan hasta 49 trabajadores el 17%. De acuerdo con el Ministerio de Industria, con datos de 2013, el 80% de las empresas ejercen su actividad en el sector servicios y, dentro de este, el 24,3% se refiere al comercio; este porcentaje es debido a que las empresas ven mucho más fácil el sector servicio por su rápida constitución y su fácil eliminación del mercado. (Galdón, 2014)

Así mismo, algo semejante ocurre en los países de América y Latinoamérica, las pequeñas y medianas empresas (pymes) representan el 99% del total de empresas y generan empleos para aproximadamente el 70% del total de la fuerza laboral. Según un estudio del 2012 de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), Perú es el país donde, por ejemplo, más microempresas existen, seguido de Ecuador y México. En el caso de las pequeñas, el mayor porcentaje lo ocupa Argentina y de las medianas Uruguay. Colombia es el país en el que el 50,6% de los empleos que se genera corresponde a las microempresas (17,5% a las pequeñas y 12,8% a las medianas). Mientras que, en Ecuador, según el estudio, el 44% corresponde a las micro (17% a las pequeñas y 14% a las medianas). Casi la totalidad de ellas aún tienen problemas de supervivencia, porque la mayoría de los dueños creen tener los suficientes conocimientos para poder dirigir sus empresas sin el apoyo de nadie, sin embargo, no se dan cuenta que para poder ser competitivos es necesario implementar una buena gestión de calidad (García, 2016).

Nuestro país vecino Chile, las Micro y pequeñas empresas contribuyen entre un 15,4% a un 19,9% del PBI. Del mismo modo, emplean formalmente alrededor del 48%

de la población, sin embargo, existen problemas de gestión que comprende principalmente a la pérdida de la actividad principal del negocio a medida que éste crece, la carencia de una mirada de largo plazo y de buenos administradores y falencias en el desarrollo de una verdadera visión de marketing y deficiencias en actividades clave de producción. (Diban & Riquelme, 2015)

En el Perú cada año van incrementado en gran escala las micro y pequeñas empresas como una alternativa de empleo al carecer muchas veces de trabajos, mayormente estas microempresas se dan dentro de la familia de los cuales cada miembro hace una función, así como indica las cifras del INEI, en el IV Trimestre del 2013 las personas naturales crearon 42,468 empresas, a nivel nacional. La cantidad es importante y demuestra que muchas personas quieren establecer algún tipo de “negocio”. Dice también el INEI que el 29.5% de las nuevas empresas declararon que su negocio era el comercio al por menor, un 15% adicional era para “comercio al por mayor” y un 14.6% para “otros servicios”. En ese mismo IV Trimestre hubo 16,312 empresas de personas naturales dadas de baja, es decir, que salieron del mercado. En este caso, el 19.6% y el 15.9% fue por comercio al por mayor y al por menor, respectivamente, mientras que un 15.9% dado de baja fue en el rubro “servicios prestados a empresas”. Entonces se puede deducir que las altas superan a las bajas en casi 3 a 1. Y que la gran mayoría se dedica al comercio, mayorista o minorista. La cuestión es que esa situación ha cambiado al III Trimestre del 2015. Hubo 42,768 “altas” (casi igual que en el 2013) pero hubo 21,519 “bajas”. Lo que brinda una relación de 2 a 1: por cada dos empresas que nacen, una muere. Las empresas creadas por personas naturales son, casi por definición, lo que se llama una microempresa.

Existe una abundante literatura sobre ellas en los últimos años. En muchos casos lo que se plantea es que estas microempresas son formadas por emprendedores sin muchos conocimientos y escasos recursos, lo cual hace que en muchos casos evadan sus impuestos, esto constituyen un elemento clave para alcanzar el desarrollo social. (República, 2016)

En Ancash, existen un gran número de micro y pequeñas empresas, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el 88% de la Población del departamento trabaja en micro, pequeñas o medianas empresas. De este total, el 69.2% trabaja en microempresas. El 9.6% (33 mil 140 personas) trabaja en pequeñas empresas y el 9.2% en medianas empresas. Mientras que el 11% de la población ancashina trabaja en grandes empresas. De acuerdo con la cantidad del PEA, en la provincia del Santa operan alrededor de 17 mil 467 microempresas, es decir negocios que tienen 1 a 5 trabajadores a su cargo. Otras 1.574 son medianas empresas, que tienen de 6 a 10 trabajadores. Sin duda, la presencia de las MYPES es importante en el mercado. (Periódico el Ferrol, 2017)

En el Casco Urbano del distrito de Chimbote, donde se llevó a cabo la presente investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de venta de pollos a la brasa denominadas pollerías, las cuales en su mayoría hay poca iniciativa por parte del personal y muchas de micro y pequeñas empresas suelen conocer la atención al cliente como rapidez en la entrega del producto y no tratan de empatizar con el cliente, ya que carecen de conocimientos Administrativos de una empresa así también como las técnicas y estrategias que les facilite conectar a la empresa con sus clientes, por lo cual se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la



gestión de calidad en atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018?. Para poder dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Establecer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018. Determinar las características de una gestión de calidad en atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018.

Esta investigación se justifica porque permite conocer los beneficios que brinda la aplicación de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018. De tal manera permite analizar y adquirir conocimientos para informar a los futuros emprendedores y estudiantes sobre las características relevantes que posee la atención al cliente, como es el caso de la comunicación lo cual es importante para brindar una buena atención; así también como el proceso administrativo, nuestra misión y visión que permite alcanzar objetivos eficientemente.

Además, es justificada por contener gran variedad aspectos teóricos y distintos puntos de vista de la gestión de calidad en atención al cliente, esto permite que los emprendedores tomen decisiones acertadas y cuenten con un personal capaz de empatizar con el cliente, de este modo la atención que se brinde sea lo que el cliente requiere. Así también, servirá como guía para futuros estudios de investigación, en el mismo distrito o de otros ámbitos geográficos.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptiva, fue no experimental porque la investigación se desarrolló sin manipular deliberadamente a la variable Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente, fue transversal porque la investigación se desarrolló en un espacio y tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en el año 2018, fue descriptivo porque solo se describió las principales características de Gestión de calidad bajo el enfoque de Atención al cliente. Asimismo, para la recolección de información se utilizó una muestra de 10 de una población de 14 micro y pequeñas empresas, a las cuales se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados. El 70% de los representantes tienen de 18 a 30 años, el 60% son de género masculino, el 60% son del grado de instrucción universitario superior, el 80% de los representantes son administradores, el 70% desempeña el cargo entre los 0 a 3 años, el 70% tienen de 6 a 10 trabajadores, el 100% de las personas que trabajan en la empresa son personas no familiares, el 100% tiene como objetivo de creación generar ganancias, el 60% de los representantes de las Mypes tiene cierto conocimiento del término de Gestión de calidad en atención al cliente, el 100% conoce la técnica moderna de Gestión de calidad en

atención al cliente, el 70% tiene como dificultad la poca iniciativa que impide a los trabajadores la implementación de la Gestión de calidad, el 70% conoce la observación como técnica para medir el personal, el 100% menciona que la Gestión de calidad si mejora el rendimiento del negocio, el 60% piensa que a veces la gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas, el 70% si conoce el termino atención al cliente, el 60% no aplica Gestión de calidad en el servicio a sus clientes, el 100% cree que la atención al cliente si es fundamental para que el cliente regrese, el 60% utiliza la confianza como herramienta para un buen servicio de calidad, el 100% utiliza la rapidez en la entrega del producto como principal factor para la calidad, el 100% brindan una buena atención al cliente, el 100% considera que si brinda una buena atención al cliente, el 70% tienen clientes satisfechos como resultados logrados al brindar una buena atención al cliente.

La investigación concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote son jóvenes que tienen un grado de instrucción universitario superior, es por eso que tienen conocimiento de gestión de la calidad en atención al cliente como una técnica moderna de gestión de calidad y la observación como una herramienta para medir al personal, ya que la atención al cliente es fundamental para que este regrese por eso buscan la satisfacción de sus clientes con la rapidez en la entrega del producto. Esto hace que las prefieran y generen confianza para fidelizar a sus clientes.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales**

**Avilés & Cedeño (2018)** en su trabajo de investigación *Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante “La Finquita”*. Tuvo como objetivo General: Diseñar un modelo de Gestión de calidad de servicio al cliente mediante estrategias que permitan incrementar las ventas del restaurante “La Finquita” en la Ciudad de Guayaquil. Y planteó los siguientes objetivos Específicos: Describir los procesos de la cadena de valor del restaurante para identificar el estado inicial del establecimiento. Detallar los procesos ineficientes para mejorar la calidad del servicio del Restaurante La Finquita. Determinar el sistema de gestión de calidad adecuado a implementar. Analizar la relación costo beneficio de la implementación de un sistema de gestión de calidad para el restaurante La Finquita. La metodología que se usó en el estudio de investigación es: el diseño es de tipo Descriptiva. Tipo de investigación: es de métodos mixtos. Población y Muestra Universo: el tipo de muestreo a utilizar dentro del estudio es intencionado o sesgado. Técnica: se recopilará información relevante del restaurante mediante entrevistas no estructuradas, también se realizarán encuestas, se realizaron 121 encuestas. Lo cual permitió llegar a los siguientes Resultados: menciona que la edad promedio es de 21 el cual representa el 35%. Género: mujeres, representando el 62%, los consumidores del establecimiento encuestados han asistido 4 veces o más, figurando un 45.5%, el 58.7% de los encuestados se enteraron de nuestros servicios porque se encontraban cerca del establecimiento, el 71.3% se encontraban en el sector debido a que tienen un familiar

asilado dentro del hospital, el cual que se encuentra frente al local, el 83.6% de las personas que consumen dentro del establecimiento no conocen el nombre del restaurante, el 50.8% prefiere que sea voceado por el mesero, el 94.3% de los consumidores de “La Finquita” indicaron que el servicio es rápido, el 62.6% de los encuestados calificaron el trato de los empleados como excelente. Conclusiones: En este proyecto de tesis se confirmó que los elementos existentes en el restaurante como el servicio al cliente otorgado por parte del personal y la infraestructura del establecimiento son aceptados por parte de los comensales, como un buen lugar para degustar los platos típicos de la comida ecuatoriana pero que aún se debe de mejorar otros aspectos como un mejor trato de los empleados hacia el consumidor y la limpieza del local. Por otro lado, una campaña de reconocimiento interno para poder lograr buenas relaciones entre gerente-colaborador y un plan de incentivos junto con capacitaciones internas para que todo el personal se sienta motivado para ejercer su labor diaria dentro del establecimiento, logrando así una atención de calidad por parte de trabajadores complacidos.

**López (2018)** en su trabajo de investigación *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo General: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Describir los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Realizar un diagnóstico de la situación actual del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil a

través de un análisis FODA, cinco Fuerzas de Porter y PEST. Realizar una investigación de campo para medir el nivel de satisfacción de los clientes en el restaurante Rachy's mediante el uso de cuestionarios. Diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. La metodología que se usó en el estudio de investigación es: un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa: encuestas dirigidas hacia los clientes que consumen en el restaurante Rachy's y una investigación cualitativa: entrevistas a profundidad dirigidas a la propietaria de la empresa y al personal del servicio y de limpieza. Población y Muestra Universo: es el conjunto, finito o infinito de todos los posibles individuos que cumplen ciertas propiedades. Población: es el conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Se realizaron 365 encuestas en el restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Técnicas y recolección de datos Por medio de un cuestionario fundamentado de 25 ítems, con escala de tipo likert. Lo cual permitió llegar a los siguientes Resultados: Edad promedio de los encuestados: 42 años. Género: masculino con un 50%. El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante. El 67% de los clientes encuestados están de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva. El 49% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra. El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa. El 68% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que los utensilios bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestados con adecuado estado de limpieza. El 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el

personal del restaurante se muestra sincero. El 48% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez. El 46% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos. El 47% de los clientes encuestados están de acuerdo que el personal del restaurante Rachy's le comunica cuando no va a presentar sus servicios y porqué. El 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido. El 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos. El 40% de los clientes no están de acuerdo que el personal del restaurante les comunica como es el proceso para ser servidos. El 39% de los clientes está de acuerdo que el comportamiento del personal del restaurante le inspira confianza. El 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante son amables. El 47% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas. El 47% de los clientes no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que se ofrece información detallada sobre el menú diario y normas en las instalaciones del restaurante. El 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada. El 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada. El 44% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus inquietudes y sugerencias. El 36% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante comprende las necesidades alimenticias de sus clientes. El 79% de los clientes se encuentran no encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del

restaurante. El 88% de los clientes se encuentran en una posición intermedia con respecto a sus sentimientos hacia el servicio que presta actualmente el restaurante. Y el 51% de los clientes no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que el servicio prestado cumplió con sus expectativas. El 87% de los clientes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en aumentar el pago que se realiza a cambio de mejoras del servicio. El 87% de los clientes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en si recomendaría el restaurante Rachy's a otras personas. La investigación concluye en que: se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos. En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal.

**Villalba (2016)** en su trabajo de investigación *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y sugerencias de mejora.* Tuvo como 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. Y planteo los siguientes objetivos específicos: 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. La metodología fue: descriptiva, evalúa y mide diversas características de la situación que se va a investigar. La encuesta dirigida hacia el cliente externo está formada por 15 preguntas cerradas y una abierta y tuvo 114 encuestados. Con la finalidad de conocer internamente la situación de los restaurantes se aplicó la técnica de la entrevista. La cual fue realizada en 24 horas dirigida hacia los administradores de los establecimientos en estudio. Lo cual permitió llegar a los siguientes Resultados: de clientes encuestados el 54% fueron de género masculino. Las personas encuestadas que visitan este restaurante están entre los 18-25 años el mayor porcentaje de visitantes. el 38% está de acuerdo en que el personal fue amable, un 37% están de acuerdo en que el mesero fue claro y paciente al momento de tomar la orden, el 33% está de acuerdo con este aspecto en que el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado, el 37% están de acuerdo con esta variable con la variedad de platos que ofrece la carta. para el 40% de acuerdo en cuanto a si los alimentos ofrecidos fueron del agrado de ellos, el 43% está de acuerdo respecto a la presentación de los platillos, el 39% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que el sabor de la bebida fue agradable, el 45% está de acuerdo con respecto a la presentación de las bebidas, el 53% está de acuerdo con respecto a la limpieza del restaurante, el 55% está de acuerdo respecto a si el servicio en general fue satisfactorio, el 41% frecuenta el establecimiento rara vez, el total de encuestados el 97% si recomendaría este restaurante. Conclusiones: Mediante el proceso de esta investigación, se ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización. El sistema de evaluación escogido ha reflejado de manera exitosa la situación actual del establecimiento, 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. Los colaboradores tienen claras sus funciones y responsabilidades, sin embargo, se sienten desmotivados por la falta de entrenamiento y capacitaciones.

#### Antecedentes Nacionales

**Goicochea (2016)** en su trabajo de investigación *La Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015*. Tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio –rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. La metodología fue la siguiente: tipo de investigación fue cuantitativo, el nivel de

investigación fue descriptivo, se aplicó un diseño de investigación no Experimental-Transversal Descriptiva. No experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto. Transversal porque se realizó en un determinado tiempo, Descriptivo porque consistió en describir los fenómenos, situaciones, contextos y eventos. Se utilizó una población constituida por 10 micro y pequeñas empresas, la muestra para la presente investigación fue el 100% de las micro y pequeñas empresas de Villa María del Triunfo. Lo cual permitió llegar a los siguientes Resultados: el 80,0% de los representantes legales de las MYPES tienen una edad de 31 a 50 años, el 70% de los representantes legales de las MYPES son Varones, el 70% de los representantes legales de las MYPES son casados, el 40% de los representantes legales de las MYPES tienen el grado de instrucción de secundaria, el 80% de los representantes legales de las MYPES encuestados son Dueños. Tiempo de Funcionamiento en el mercado, el 30% de las MYPES tienen una antigüedad más de 7 años, el 60 % de las MYPES tienen una cantidad de 1 a 4 trabajadores, el 60% de las MYPES sus trabajadores cuentan con una estabilidad laboral permanente, el 90,0% de los representantes legales de las MYPES si tienen conocimiento en gestión de calidad, el 80 % de las MYPES si tienen Misión y Visión, el 60% de las MYPES si tienen su organigrama y su manual de funciones, el 70% de las MYPES no desarrollan ninguna política de calidad en el restaurante, el 80% de las MYPES si realiza capacitaciones para sus trabajadores, el 60% de las MYPES manifestó que solo algunos de sus trabajadores están preparados para las funciones que cumplen cada uno, el 90% de las MYPES su tiempo de atención al cliente es de 10 minutos, el 100% de los representantes legales de las MYPES si controla la preparación de los alimentos en el restaurante, el 60,0% de los

representantes legales de las MYPE si evalúa el proceso de atención al cliente, el 90% de los representantes legales de las MYPE realizan sus actividades de compra de forma planificada, el 100% de las MYPE si cuentan con un área de almacenamiento adecuado para la materia prima, el 40% de las MYPE si realizan algún evento, el 80% de las MYPE realizan su publicidad por medio de paneles, el 90% de los representantes legales de las MYPE califica como buena el clima laboral en el restaurante, el 50% de los representantes legales de las MYPE manifestaron que el aspecto que tendría que mejorar su restaurante es en la infraestructura del local. Por lo cual se llegó a las siguientes conclusiones: Respecto a los representantes legales Se llegó a la conclusión que el total de representantes legales de la MYPE encuestadas son peruanos, la mayoría de ellos son personas adultas, sus edades fluctúan entre 31 a 50 años, la mayoría de ellos son del género masculino, cuentan con estudios secundarios y la gran parte son casados. Respecto a las MYPE Se concluye que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen funcionando en el mercado por más de 7 años a más, y la cantidad de trabajadores que cuentan estas MYPE son de 1 a 4, siendo la gran mayoría trabajadores permanentes. Respecto a la gestión de calidad En cuanto a la gestión de calidad se llega a la conclusión que la gran mayoría de los representantes legales de las MYPE del rubro restaurantes del boulevard gastronómico de Villa María del Triunfo, si tienen conocimiento en gestión de calidad; pero no existe interés por los propietarios y/o administradores en poner en práctica los diferentes procesos que te ofrece este tema de la gestión de calidad. La mayoría de las MYPE no desarrollan ninguna política de calidad, la capacitación que se efectúa a sus trabajadores es de forma empírica; por lo que mucho de ellos no están preparados completamente para

desempeñarse en el cargo asignado, en cuanto a la publicidad solo utilizan paneles y con respecto a eventos o promociones no suelen realizarlo.

**Ortiz (2017)** en su investigación de su tesis *Caracterización de la Gestión de Calidad y la competitividad de las mypes del sector servicio, rubro restaurant del centro de Tumbes, año 2017*. Se planteó el siguiente objetivo general: Determinar, describir y analizar las características principales de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro Restaurantes del centro de Tumbes, Año 2017. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Describir las características operativas de la gestión de calidad de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del centro de Tumbes, Año 2017. Determinar las características sociales y de percepción de la gestión de calidad de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del centro de Tumbes, Año 2017. Describir las características del marketing en la competitividad de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del centro de Tumbes, Año 2017. Determinar las características de los precios y productos en la competitividad de las MYPES sector servicio rubro restaurantes del centro de tumbes, Año 2017. La metodología fue de: tipo descriptivo, nivel de investigación, para este tipo de estudio, el enfoque es cuantitativo, la investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, población 32 MYPES del sector servicio, la técnica de la encuesta, como instrumento se utilizó el cuestionario el cual está conformado de 40 preguntas. Lo cual permitió llegar a los siguientes resultados: Considera usted que la atención al cliente es importante en el negocio Siempre 66.7%. Cree usted que toda atención debe realizarse con cordialidad y amabilidad Siempre 66.7%. Cree usted que repercute una mala atención

en el negocio del restaurante Siempre 46.7%. Considera usted que el tiempo de atención al cliente es importante en el negocio Casi siempre 8 53.3%. Usted cuando no se le atiende a tiempo opta por abandonar el negocio a veces 53.3%. A su entender, el tiempo que le dedican a su atención es suficiente Siempre 6 40.0%. Considera usted que en toda presentación la degustación es importante Siempre 46.7%. a su criterio, un restaurante que se encuentra en el centro de la ciudad debe estar bien presentable Siempre 60.0%. El local donde usted frecuenta se encuentra bien presentable Siempre 80.0%. Cree usted, que la gestión de calidad se mide por el tipo de servicios brindado Siempre 60.0%. Actualmente su negocio ofrece un servicio de calidad Siempre 60.0%. Considera usted, que el servicio que le brindan, responde a sus expectativas Siempre 46.7%. A su parecer, la gestión de calidad puesta en el negocio produce un impacto en la sociedad Siempre 53.3%. Es importante el impacto que produce en la sociedad un restaurante que ofrece un servicio de calidad Siempre 73.3%. Considera que a los negocios que ha recurrido han producido un impacto positivo en la sociedad Siempre 66.7%. Se siente satisfecho por los productos recibidos en los restaurantes que concurre casi siempre 40.0%. Se siente satisfecho por el ambiente en donde desarrollan sus actividades los restaurantes Siempre 80.0%. se siente satisfecho por la atención recibida en los restaurantes que usted concurre Casi siempre 46.7%. Alguna vez se ha sentido insatisfecho por la calidad del servicio recibido A veces 40.0%. Considera usted que es importante la publicidad de los restaurantes a través de las páginas de internet Siempre 46.7%. Cuando usted acude a un determinado restaurante, es por qué un familiar o amigo le sugirió o recomendó Siempre 60.0%. Cree usted que es importante que los restaurantes ofrezcan precios de impacto Siempre 53.3%. A su entender, la calidad de los productos de un restaurante lo hace competitivo en el mercado

Siempre 53.3%. Se ha podido describir las características de la operativa de la gestión de cálida, toda vez que dicho nivel contribuye a que las MYPES que operan en el centro de la ciudad realicen una buena gestión de calidad en el sector servicios rubro restaurantes. se determinó que las características sociales y de percepción de la gestión de calidad; toda vez que dichos niveles contribuyen a que las mypes producen un impacto en la sociedad que les permite estar satisfechos en proyectar una buena. las mypes que operan en el centro de la ciudad ejerzan buena competitividad o sean competitivos en el sector servicios rubro restaurantes, a pesar de prevalecer sus precios altos.

**Noel (2017)** en su investigación *Caracterización del Financiamiento y Gestión de Calidad de las mypes, sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el distrito de Zorritos, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización del financiamiento y gestión de calidad en las MyPes el sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el distrito de Zorritos, 2017. Y planteó los siguientes objetivos específicos: determinar las fuentes de financiamiento de utilizan las MYPES es el financiamiento externo. Determinar las herramientas de financiamiento que utilizan los restaurantes y cevicherías. determinar los principios de la gestión de calidad que resaltan en la investigación. La metodología: la investigación de tipo descriptiva. El nivel de la investigación es cuantitativo. El diseño de la investigación es no experimental. Población de la investigación: 80 trabajadores y 12 gerentes. En el desarrollo de la investigación se trabajó con la técnica de encuesta, y el instrumento del cuestionario. Lo cual permitió llegar a los siguientes Resultados: Cree Ud. Que a través del financiamiento externo que se brinda a las empresas exista la posibilidad de mantener una economía estable SI 100%.

¿Considera Ud. que los préstamos bancarios son la mejor alternativa de financiamiento? SI 100%. Para qué Ud. ha solicitado el crédito financiero. Aumento Capital 12 100%. Cree Ud. que una de las principales desventajas para adquirir un crédito financiero son las tasas de interés elevado Aumento Capital 100%. Cuál cree Ud. Que serían los principales obstáculos para que una entidad financiera le otorgue un crédito. Rentabilidad obtenida 50%. Considera usted que la atención al cliente es importante en el negocio siempre 59%. Cree usted que toda atención debe realizarse con cordialidad y amabilidad siempre 66.7%. Existe una mala atención en el negocio de restaurantes y cevicherías a veces 33.3%. Considera usted que el tiempo de atención al cliente es importante en el negocio casi siempre 53.3%. Cree usted que al cliente cuando no se le atiende a tiempo opta por abandonar el negocio a veces 66.7%. A su entender, el tiempo de atención debe estar bien distribuido en todas las áreas del negocio casi siempre 31 46.7%. Actualmente su negocio ofrece un servicio de calidad Siempre 60.0%. Considera usted, que el servicio que ofrece, responde a las necesidades de los clientes siempre 46.7%. A su parecer, la gestión de calidad puesta en el negocio produce un impacto en la sociedad siempre 53.3%. Es importante el impacto que produce en la sociedad os restaurantes y cevicherías que ofrecen un servicio de calidad Siempre 73.3%. Considera que el negocio que dirige ha producido un impacto positivo en la sociedad Siempre 66.7%. Se siente satisfecho por los resultados que viene obteniendo en el negocio Casi siempre 53.3%.Conclusiones: Se determinó que las fuentes de financiamiento de utilizan las pequeñas empresas es el financiamiento externo, en donde se conoció que los gerentes eligen como mejor alternativa de financiamiento a los préstamos bancarios, lo cual siempre generará una economía estable, siendo su principal motivo de préstamos el aumento de capital, frente a



ello consideran que la principal desventajas de la fuente de financiamiento externo es el elevado interés aplicado a los préstamos bancarios. los precios de alquiler son elevados frente a ello las microempresas optan por gestionar con el banco este contrato, debido a que el acceso al financiamiento permitirá obtener mayor capacidad de desarrollo y enfocarse sólo en su giro de negocio, siendo un obstáculo para obtener los créditos la rentabilidad obtenida y la capacidad de pago, además los gerentes consideran que la principal estrategia de financiamiento es la amortización de la deuda. Se identificó los elementos de gestión de calidad expuestos por los clientes en donde la planificación del servicio de atención que ofrecen los restaurantes y cevicherías siempre es de calidad, sintiéndose satisfechos por el buen momento que pasan los restaurantes en Zorritos, otro elemento que consideran los clientes es el recurso para alcanzar los objetivos empresariales referente a que su fortaleza de las empresas es su impacto que tienen siempre en la sociedad cubriendo siempre sus necesidades.

### **Antecedentes Locales**

**Rodriguez (2016)** en su trabajo de investigación *Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.* Tuvo como Objetivo General Determinar la influencia de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características del cliente de las micro y pequeñas

empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Describir las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Definir el nivel de fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Establecer la influencia de la Gestión de la calidad bajo el enfoque de atención al cliente y el nivel de fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. La metodología fue la siguiente: Tipo: El tipo de investigación fue descriptivo y a su vez correlacional, El diseño de la investigación fue no experimental-transversal. La población de la investigación estuvo integrada por 214, 804 pobladores del Casco Urbano del Distrito de Chimbote. La muestra fue de 266 clientes de las micro y pequeñas empresas. La técnica que se utilizó fue la encuesta. Lo cual permitió llegar a los siguientes Resultados: El 34,2 % tiene de 36 a 45 años. El 56,0 % son de género masculino. El 52,3% tienen grado de instrucción educación básica. El 100% de los encuestados consume alimentos en un restaurante de productos hidrobiológicos. El 64,7% asiste a una cevichería de 4 a 6 veces al mes. El 93,2% asiste a una cevichería en cualquier momento. El 60,2% acude a la cevichería el ajicito. El 38% conoció a la cevichería por televisión. El 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. El 54,1% considera que de los dueños nunca preguntan a los clientes si están a gusto en el local. El 64,7% considera que elaboración de los productos casi

siempre se realiza con insumos de calidad. El 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. El 61,3% considera que los trabajadores son pacientes tomando nota. El 46,2% considera que casi siempre los trabajadores son educados y corteses. El 48,1% considera que casi siempre participaría en un concurso que realice la cevichería. El 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes. El 56,0% considera que casi siempre la cevichería resguarda la seguridad de los clientes. El 56,8% menciona que cuando tiene un problema siempre lo solucionan inmediatamente. El 84,2% manifiesta que casi siempre el comportamiento de los empleados es excelente. El 75,2 % menciona que el pedido siempre llega con rapidez a la mesa. El 64,7% menciona siempre el servicio y atención recibida es bueno. El 54.1% de las empresas sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos manifiestan que en el Nivel de Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente esta mayormente en un nivel considerado como Regular. El 60,2% menciona que siempre el local tiene un ambiente cómodo y agradable. El 76,3% casi siempre recomendaría la cevichería a otras personas. El 62,4% está totalmente de acuerdo que la empresa debe brindar ofertas que llaman la atención. El 73,7% está totalmente de acuerdo que la cevichería brinde servicios de delibery. El 75,2% está totalmente de acuerdo con la relación calidad/precio de los productos. El 60,2% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra a comprar por otra que ofrezca precios bajos. El 67,7% menciona que la cevichería nunca baja su precio para retener a sus clientes. El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido por eso acude a ese lugar. El 46 % de las empresas sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos manifiestan que en la Variable Fidelización esta mayormente en un nivel considerado como Promedio.

Conclusiones: Referente al Objetivo N° 01: Las conclusiones son: la mayoría son del género masculino y tienen grado de instrucción educación básica y la mayoría relativa tiene de 36 a 45 años. Referente al Objetivo N° 02: consideran que los dueños a veces sí, a veces no supervisan que la atención sea oportuna, capacitan a los trabajadores para atender a los clientes y mencionan que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad, considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes, menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno y la minoría considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. Referente al Objetivo N° 03: consideran que nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos porque está satisfecho con el servicio recibido. Referente al Objetivo N° 04: Esto quiere decir que gracias a la capacitación a los trabajadores para brindar una buena atención sumado a la rapidez de la entrega de los productos hace que los clientes sean frecuentes y por lo tanto se fidelicen con las empresas.

**Jauregui (2017)** en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014* Para dar respuesta al problema de la investigación, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de gestión de calidad en el Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. ara poder alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del

sector comercio, servicio rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. La investigación fue de diseño no Experimental-Transversal-Descriptivo. La población muestral está conformada por 8 Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Es decir la población muestral se utilizó el 100% de las Micro y 43 Pequeñas Empresas que estuvieron disponibles al momento del estudio. Esta población se encontró mediante un sondeo en la zona de influencia del estudio y el criterio de selección está dado en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de dicho rubro. Técnicas e instrumentos En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta (técnica), mediante un cuestionario (instrumento) estructurado por 13 preguntas, relacionadas a los aspectos generales de la empresa y al empresario (7) y a las variables en estudio: Gestión de calidad (6). Lo cual permitió llegar a los siguientes Resultados: El 50% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro restaurantes de la urbanización Los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, tienen una edad promedio de 18 a 30 años El 50% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, son de género 55 masculino. El 37.5% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, tienen instrucción superior no universitaria. El 75% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son los dueños. El 37,5% de las

Micro y Pequeñas Empresas, tienen más de 7 años en el rubro. El 62.5% de las Micro y Pequeñas Empresas, tienen entre 1 a 3 trabajadores. El 100% % de las Micro y Pequeñas Empresas, tienen como objetivo maximizar ganancias. El 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, desconocen el término Gestión de calidad. El 75% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, utilizan la técnica del liderazgo. El 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, aplican el liderazgo democrático 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, no siguen un plan de negocios estratégico. El 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, perciben que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos. El 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, han logrado con la gestión de calidad, ofertar productos de mayor y mejor calidad. Por lo cual se concluyó que la totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo democrático, por otra parte, en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos. Finalmente, la mayoría que aplicó gestión de calidad, obtuvo buenos resultados ofertado productos de mejor calidad. Por lo tanto, se puede decir que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término.

**Pascual (2015)** en su trabajo de investigación *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo las normas iso 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes (pollerías) del

distrito de Huaraz, 2015. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios- rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015. Determinar las características de la gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en el micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2015. La metodología fue no experimental-transversal o transeccional. El universo de la presente investigación estuvo conformado 30 restaurantes pollerías. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, en cuanto a la recolección de datos se recurrió a la técnica de la encuesta como herramienta de recopilación de información. La encuesta estuvo constituida por 18 preguntas, las cuales se adaptaron al modelo de la escala de Likert. Lo cual permitió llegar a los siguientes Resultados: se observa que el 49% manifestaron tener entre 41 a 50 años de edad, se observa que el 69% son varones, el 42.9% cuentan con estudio superior universitario incompleto, el 66% señalan que siempre utilizan una política de calidad en la elaboración del pollo a la brasa, el 57% señalan que casi siempre cumplen con las expectativas del cliente, el 46% señalan que casi siempre cumplen con los objetivos de la empresa, el 57% señalan que casi siempre son responsables los trabajadores, el 49% señalan que a veces cumplen con los procesos de comunicación, el 63% señalan que casi siempre asignan recursos a cada área, el 60% señalan que casi siempre forman sus habilidades y experiencias para la realización del trabajo, el 69% no son personas del ambiente familiar, el 46% señalan que casi siempre realizan el mantenimiento de los equipos, el 43% señalan que a veces documentan la información del producto, el 49% señalan que a veces gestionan pedidos y presentación de ofertas, el 49% señalan que casi siempre informan al cliente sobre los productos, el 49% señalan que casi

siempre controlan las etapas de elaboración del producto, el 51% señalan que casi siempre realizan el seguimiento a la satisfacción del cliente, el 40% señalan que casi siempre controlan la deficiencia y acciones de mejoramiento, el 37% señalan que casi siempre controlan los productos o servicios no conformes, el 54% señalan que a veces realizan acciones preventivas y correctivas en la empresa, el 54% señalan que casi siempre realizan el seguimiento del producto y servicio. Conclusiones: la minoría de los gerentes perciben poca deficiencia en la gestión de calidad tales como: política de calidad, logro de objetivos planteados, deficiencia en asignación de responsabilidades de los trabajadores, existe carencia en cuanto a los procesos de comunicación, personal poco capacitado, lugar de producción no apropiado y equipos no modernos. En su mayoría relativa las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, están dirigidos por varones de 41 a 50 años de edad y cuentan con estudios superiores incompletos. La minoría relativa de gerentes muestran deficiencias en la documentación relacionada al producto, información inoportuna al cliente, no siempre cumplen con el control de elaboración del producto, poco interés en la satisfacción del cliente, deficiente control de quejas y reclamo.



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

### **Las micro y pequeñas empresas**

Si bien es cierto en América Latina hay un alto porcentaje de pobreza en la sociedad, lo cual se ve reflejado en los altos números de empresas “pequeñas” que buscan surgir y poder salir adelante pese a las adversidades que puedan presentar estos procesos, así como lo afirma: Ferraro & Stumpo (2010)

Las pequeñas y medianas empresas son agentes importantes en la estructura económica de los países de la región no sólo por su participación en el total de firmas sino también por su aporte al empleo y, en menor medida, al producto. Sin embargo, la presencia de las PYMES en las exportaciones de los países de la región es, en general, baja. (p.17).

Si bien es cierto las MYPES son muy importantes para el País, cabe resaltar que aún falta mucho para que puedan crecer y dar el a diferentes Países. Evidentemente para tal motivo se necesita de la ayuda de nuestro gobierno, ya que es muy escasa la información que brindan para beneficiar a los emprendedores. Además, aceptan muchas empresas internacionales y no dan el valor que deberían tener nuestros productos.

### **Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa**

Cada vez son más empresas que se forman día a día, muchas pequeñas empresas crecen o fracasan en el intento por ello en el Perú tiene un gran porcentaje económico para el país, ya que crea empleos, pagan impuestos, generan compras a proveedores

Nacionales. Sin duda es el mayor generador de empleo en el País. Sin embargo, hay leyes de formalización para una Micro empresa tal como certifica la ley Ley N° 28015 (2003)

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. (Párr.5)

Este artículo de la ley explica que para que una empresa pueda ser Pequeña tiene que tener una serie de requisitos según la ley .En el Perú una micro empresa tiene que tener un total de ventas anuales de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) como máximo ,a diferencia de la pequeña empresa que puede tener 1,700(UIT) anualmente según la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT) .Así mismo pasa con el ambiente de esta empresa según la ley .Como se sabe en muchos casos las pequeñas empresas son negocios familiares y no cuentan con mucho personal en la empresa.

### **Órgano rector de las micro y pequeñas empresas**

Como todo lo que se hace en la vida debe ser regulada para no caer en excesos ;esto mismo ocurre con las MYPES ya que forman gran parte de la economía del País ,

pero muchas veces no siguen los pasos de la ley y caen en alguna informalidad que perjudica a toda nuestra sociedad que vuelve una costumbre negativa para salir adelante Ley N° 28015 (2003) “El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo define las políticas nacionales de promoción de las MYPE y coordina con las entidades del sector público y privado la coherencia y complementariedad de las políticas sectoriales” (p.2). También en el Perú existe mucha burocracia y mucha corrupción lo que empeora las cosas para las micro y pequeñas empresas que son víctimas de estos regímenes que no ayudan a los emprendedores del país. En tal sentido el SNI, (2016) “advirtió que el Perú es uno de los ocho países con la mayor carga burocrática del mundo, la cual es identificada por los empresarios como el principal obstáculo para hacer negocios” (Párr.2). En muchas oportunidades se escucha hablar a emprendedores que tienen una idea de negocio puesta en marcha, y también los obstáculos y papeleos que tienen que hacer para cumplir su meta como, por ejemplo: sus planes de contingencia, sus cuentas de ruc, carnet de sanidad y muchas cosas más que en el País es obligatorio para cualquier empresa.

### **Gestión de calidad total**

Quizá para mucho de nosotros hablar de calidad sea bastante común, pero muy pocos saben lo que significa la calidad para una empresa y como se mejora el rendimiento, hoy en día la calidad va de la mano con la tecnología, ya que el cliente espera recibir productos que se ajusten a sus necesidades, así como menciona: Cuatrecasas (2011)

Hasta ahora hemos aprendido a producir, a hacerlo eficientemente, a bajo coste y con rapidez, tratando de hacer llegar un producto o servicio al cliente con la máxima eficiencia y mínimo tiempo (mediante la logística). Pero esto no es

suficiente. La producción ha de dar lugar a productos o servicios bien hechos, que se ajusten a los requerimientos del consumidor y esto exige calidad, sin renunciar a los aspectos citados, a fin de alcanzar la necesaria competitividad (p.575).

Como nos menciona este autor muy reconocido mundialmente, es que ya no es suficiente producir productos o servicios a bajos costos y con rapidez; si no que ahora se requiere de enfatizar más en el producto o servicio para alcanzar los requisitos de la calidad que nos imponen los clientes y la competencia.

### **Gestión de recursos**

Cuando hablamos de recursos no solamente nos referimos al dinero; sino también a las personas, a los equipos, a la información, etc. Y probablemente el común de las empresas en el Perú no gestionen cada uno de estos recursos fundamentales de una empresa, así como lo menciona: Balagué & Jarmo (2014)

Cualquier organización, deben disponer de los recursos humanos, físicos y financieros adecuados para la realización de su misión. Es necesario identificar y asegurar la disponibilidad todos los recursos necesarios para implementar, mantener y mejorar continuamente la eficacia del SGC y para garantizar la satisfacción de los usuarios (p.89).

Se puede decir que al haber pocas instituciones que enseñen de negocio a la gente en el Perú, no sabemos la importancia que es la “organización” para una gestión de calidad. Y lo importante que es tener un organigrama estructurado en nuestra empresa ya que facilitan los procesos y también los agilizan dando una mayor eficiencia en el trabajo.

Ya que distribuye las labores y todo tiene un control; así como en el fútbol los jugadores ya tienen un rol establecido por el entrenador, el arquero tiene que estar en la portería y el delantero en la ofensiva. En el País se puede ver muchas veces q las personas gestionan toda su empresa desde el local y no analizan internamente sus problemas. Quizá este sea un problema muy recurrente en las micro y pequeñas empresas, pero si el estado gestiona de manera adecuada el apoyo a las microempresas y se dejan de lado la corrupción abrirán paso a más empresas.

### **Calidad y gestión del rendimiento**

Quizá es verdad que todas las empresas pasan por problemas en algún momento, pero eso no quiere decir que se caen para siempre, poniendo el ejemplo de la empresa de telefonía movistar en Chimbote se vio afectada por el ingreso de nuevas empresas del mismo rubro, pero al contrario de verse afectada actualizo sus paquetes y hoy en día brinda un mayor servicio de calidad en todo el País, cosa que otras empresas no pueden dar cobertura en todo el Perú. Así lo argumenta: González (2017)

Hablando de calidad, la gestión del rendimiento se basa en el desarrollo de las actividades necesarias para conseguir que el producto o servicio sea capaz de satisfacer a los clientes, y saber buscar los pasos adecuados para la resolución de los problemas, que puedan estar generando un bajo rendimiento de las personas trabajadoras (p.23)

Como nos dice este autor que los problemas se pueden dar interna o externamente en toda empresa sin importar el tamaño o el rubro de ella y esto puede ser una baja muy

importante en nuestra calidad. Para eso debemos tener la capacidad de conocer las personas con las que trabajamos. Muchos de estos problemas en el Perú son por la poca dedicación al estudio de su empresa y a la resistencia de ser amable y agradecidos con sus empleados.

### **La atención al cliente**

Como se sabe la tecnología año a año avanza a paso de gigante, lo cual nos permite vivir en un mundo globalizado y con una comunicación constante ya que es muy fácil hoy en día. Así mismo ocurre con las empresas ya que los clientes cada vez buscan satisfacer más sus necesidades, y lo cual es un reto para la organización, así como nos dicen: Blanco & Lobato (2013)

El desarrollo de la atención al cliente precisa de la aplicación práctica y eficiente de todas las técnicas de comunicación verbal, no verbal y escrita que se han ido desarrollando en este libro, con especial incidencia en la comunicación telefónica y en la aplicación de habilidades sociales como la escucha activa (p.196).

Como nos afirman estos autores la atención al cliente cambio mucho, porque ahora se necesita de práctica para ser más eficiente, puede ser en la forma de tratar ya sea con una sonrisa o con un gesto de amabilidad o la escucha activa. Quizá no parezca nada importante, pero es de gran importancia dar confianza y la seguridad a un cliente. También no podemos olvidar el mundo de las redes sociales que hoy en día es uno de los más grandes medios de compra y debemos estar debidamente capacitados para futuros clientes. Si bien es cierto uno paga conforme a la satisfacción, calidad o reputación que nos brinda

dicho producto o servicios que obtenemos día a día. Entonces las empresas deben saber muy bien que si dan una buena atención lo cual conlleva a tener un buen ambiente, un buen producto o servicio nuestra imagen se expandirá y se lograrán muchos beneficios, así como lo afirma: Pérez (2010) “la atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe” (p.6). Como manifiestan los autores antepuestos la atención al cliente viene desde los más altos cargos de la organización, con el propósito que cada pieza ponga en práctica la cultura y la filosofía que se maneja dentro de la organización, con la finalidad que estas prácticas se vea reflejado en el cliente y en la calidad de nuestros productos, para que poco a poco tenga una mayor acogida.

### **El porqué de la atención estratégica al cliente**

Cuando hablamos de atención al cliente no se trata de una obligación que todas las empresas deben tener; sino también la atención al cliente se puede considerar como un producto más que vendemos. Y esto se ve reflejado en las más grandes empresas de Chimbote: Mega plaza (Estacionamientos, baños limpios, seguridad) Inka Farma (el vendedor del mes, hay doctores atendiendo) Napos (televisión, celebran al cumpleaños, buen trato). Ya que el servicio que te dan no es el mismo que las demás empresas de la ciudad. Así como se refiere: Goodman (2014)

Todos sabemos, como clientes que somos, que una mala atención puede tirar por la borda todo el esfuerzo que haya hecho una empresa por retener su cartera de clientes y ampliarla. Como clientes, sabemos cómo responder ante una mala

atención: nos vamos a otro lado, y hasta les decimos a nuestros amigos y colegas que hagan lo propio (p.19).

Como nos dice este autor una mala atención puede tirar todo nuestro esfuerzo, esto es muy cierto porque creo que a ninguna persona le gusta pasar momentos desagradables sino más bien tener la máxima felicidad posible, y la receta para tener felices a nuestros clientes es el esfuerzo de hoy para tener los resultados el día de mañana. Haciendo que los problemas se vuelvan en oportunidades para nuestra empresa.

### **Más allá del departamento de quejas**

Si bien es cierto las quejas pueden ser muy desagradables para una empresa, pero también es el medio en que cliente y empresa pueden estar comunicados y esto puede ayudar a medir nuestras debilidades y nuestras fortalezas para ir mejorando, así como nos dice: Goodman (2014)

La atención al cliente mejoró muchísimo desde aquellos días en que los “departamentos de quejas” recibían cartas de clientes furiosos y decidían si “reparar el daño” realizando alguna promesa explícita o implícita. En la actualidad, la función táctica de la atención suele ser global, se terceriza, y está ubicada en otro país (p.22).

Este autor nos dice que la atención al cliente mejoro muchísimo cuando se abrió un departamento de quejas ,claramente esto se debe a que supieron gestionar muy bien sus debilidades y lo convirtieron en grandes fortalezas .Hoy en día ya no encontramos ese departamento ,porque tenemos el libro de reclamaciones que toda empresa está en la



obligación de tenerlo .Y con las facilidades que tenemos gracias a la globalización también están los libros de reclamaciones pueden ser virtuales ,lo cual lo podemos hacer desde cualquier parte del mundo .

### **Cómo elaborar el caso de negocio para mejorar el servicio**

Tengamos en claro que nuestra empresa vende lo que nos venden nuestros proveedores, ya que si ellos nos venden cosas en mal estado no esperemos dar un buen servicio de calidad. Por eso debemos conocer muy bien a nuestros proveedores porque también juegan un papel muy importante dentro de nuestras micro y pequeñas empresas, así como dice: Goodman (2014)

Por desgracia, las inversiones para mejorar la atención al cliente no se suelen presentar al departamento financiero como verdaderas inversiones, sino como costos. Por tal motivo, la mayoría de las compañías solo soluciona los problemas que generan las quejas más frecuentes o más importantes (p.40).

Como nos dice este autor que la mejora de la atención lo vemos como una obligación, por tal motivo las empresas solo solucionan las quejas más importantes. Y esto no puede seguir así porque debemos respetar para que todos nuestros clientes nos respeten. Porque hay mucha gente que solo piensa en el dinero y dejan la ética de lado haciendo un gran daño a todos sus clientes.

### **Modelo para maximizar la satisfacción y la lealtad del cliente**

Toda Micro y pequeña empresa tiene como objetivo principal generar recursos, pero ¿cómo hacemos que nuestra empresa se vuelva un generador de recursos cada vez

mayor? la respuesta está en maximizar la satisfacción de nuestros clientes y que sean leales a nuestra empresa, y no es lo mismo un consumidor que un cliente, porque el consumidor solo lo hace algunas veces, mientras que el cliente adquiere sus productos continuamente en el mismo lugar, así como dice: Goodman (2014)

Nuestro modelo para gestionar las experiencias de los clientes estratégicamente y maximizar su satisfacción y lealtad, y en consecuencia los ingresos, se reduce a un simple mnemónico: DIRFT, sigla que significa “Haga las cosas bien la primera vez”. Por lo general, éste es el objetivo que plantea toda organización (p.44).

Como nos dice este autor hay una frase que resume la lealtad y la satisfacción del cliente, que es “haga las cosas bien por primera vez”, esta frase tiene que ver mucho con la actitud. En el Perú no hay colegios que enseñen a manejar emociones ni a “Dominar nuestro monstruo”, nuestra rabia puede enojar aún más a un cliente y un cliente insatisfecho pasa la voz a muchas personas.

### **Las redes sociales ventaja o inconveniente**

Las redes sociales hoy en día es una ventana muy grande para dar a conocer nuestra empresa, y también es muy importante que toda pequeña empresa se dé a conocer en las redes sociales ya sea Facebook, Instagram, WhatsApp o teniendo su propia página web, ya que ahora todos tienen un celular a la mano y pueden ver fácilmente lo que necesitan, así como lo afirma: Blanco (2013)

Una de las características de Internet es que todo es cuantificable: se sabe que las páginas a las que accedemos y cuánto tiempo nos quedamos. Las páginas webs se

ordenan en función del uso de los usuarios y no en base a criterios comerciales (p.133).

En este párrafo nos indica que hoy en día tenemos la facilidad de poder llevar datos estadísticos tanto de nuestros productos como de nuestros consumidores, por su parte los celulares ayudan a los consumidores a ordenar sus pedidos desde cualquier lugar en el que se encuentren. Este comportamiento es una gran iniciativa para las, para que tengan la facilidad de captar clientes vía web.

### **La atención personal y la entrevista comercial**

Si bien es cierto la atención al cliente es algo muy importante, no dejemos de lado la atención al personal de nuestra micro empresa, porque de ellos depende el trato a nuestros clientes. Por eso vemos hoy en día que para cualquier trabajo te piden tu currículum de vida y las famosas entrevistas de trabajo, así como nos dice: Domínguez (2014)

La atención al cliente y en general, la atención del departamento comercial se realiza personalmente, propia, en decoración la sede de la agradable, el logo de las instalaciones de marca, ambientación recepción al cliente. También se realizan las operaciones comerciales, en tiendas comerciales y puntos de información de atención al cliente, en las diferentes oficinas y sedes de las empresas. Se trata de crear un clima propicio para la realización de operaciones comerciales: música suave, atractivos etc. aromas y olores de las oficinas, tiendas, mostradores modernos y atractivos, etc (p.26).

La atención al personal es un punto muy importante para nuestra organización, ya que son los intermediarios de nuestro producto o servicio, por tal motivo nos dice, que tienen que tener el confort necesario para poder laborar. Y el empleador tiene como misión atrapar y alimentar el hambre del éxito al trabajador; puede ser recompensándole su labor con algún incentivo; como se ve en las farmacias “el famoso trabajador del mes”.

## **Marco conceptual:**

### Micro Y Pequeñas Empresas

La creación de una micro y pequeña empresa en el Perú trae muchos beneficios, por la razón que genera mucho más empleo que las grandes empresas o el mismo Estado. Si bien es cierto las pequeñas empresas generan el mayor ingreso para el país, también son los mayores generadores de informalidad, este problema es debido también a que el estado peruano no agiliza sus procesos administrativos; ya que la mayor parte de emprendedores migran a la capital para salir adelante con escasos recursos y pocos conocimientos. Por otra parte, es muy difícil cuando quieren hacer que su empresa crezca, porque carecen de conocimientos administrativos que les ayude a planear, organizar, dirigir y controlar todas sus actividades; así también a establecer objetivos. Es por eso que el estado debería dar más información a las personas, para que sepan como invertir de la mejor manera y poder minimizar los riesgos.

### La atención al cliente

La atención al cliente hace referencia a las estrategias de comunicación e innovación que destina una empresa para interactuar con sus clientes estos pueden ser: el buen trato brindado, velocidad en dar respuestas, redes sociales de la empresa, la música, los juegos infantiles para los niños etc. Todos estos adheridos a nuestro producto que ofrecemos.

Sabiendo esto se puede decir que la atención al cliente es de mucha importancia para la organización y que toda organización la debe tener en cuenta, no solo porque el cliente

necesita respuestas; si no que también para que la organización evalúe a sus clientes y pueda satisfacer todas sus necesidades.

Para esto la empresa debe conocer muy bien su producto, su visión, misión y objetivos que plantea a futuro. Hoy en día la globalización cambio muchos aspectos de la comercialización, porque la mayor parte de ventas se da vía web; por tal motivo las empresas deben estar capacitadas para esto, y con respecto a la atención al cliente también se puede dar por vía web; como señalamos anteriormente existen estrategias para mejorar la atención al cliente por internet y así agilizar y lograr lo más rápido posible nuevas compras.

#### Gestión de calidad

Si bien es cierto la gestión de calidad en el Perú no es un tema muy tratado, es por eso que muchas microempresas no implementan la gestión de calidad en sus procesos y tampoco en sus productos, impidiendo garantizar un mejor manejo de nuestros recursos y establecer actividades de mejora continua para que las micro y pequeñas empresas puedan satisfacer las necesidades de sus clientes, ya que es un proceso para las operaciones que se realiza dentro y fuera de una empresa. Como bien se sabe un medidor de calidad y el más importante en el mundo es la norma ISO 9001, la cual brinda la seguridad necesaria para poder vender nuestro producto en cualquier parte del mundo. Hay estudios que nos dicen que quienes consiguieron dichas medidas experimentaron un mayor crecimiento en su empresa y esto es verdad porque al tener esta certificación las remuneraciones son mayores, porque la empresa cuenta con todos los estándares de calidad.

### **III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

En la presente investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

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

Fue no experimental, porque se realizó sin manipular la variable Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.

Fue transversal, porque en el estudio de investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Se realizó en un espacio de tiempo específico, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el 2018.

Fue descriptivo porque solo se describió la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote.

### **4.2. Población y Muestra:**

#### **Población**

Se utilizó una población de 14 Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, provincia del Santa, 2018. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. (ver anexo 3).

#### **Muestra**

Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, porque solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para el desarrollo del trabajo de información. (ver anexo 3).



### 4.3. Definición y operacionalización de la variable

Variable	Definición de la Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Un representante de una micro empresa es un emprendedor que tiene una idea de negocio y busca la oportunidad de ponerlos en marcha con la finalidad de generar rentabilidad y generar ingresos.	Son personas emprendedoras de diversas edades de ambos géneros con diferentes grados de instrucción, teniendo a cargo ser el dueño o el administrador, desempeñando el cargo desde 0 años a más.	Edad	-18 a 30 años -31 a 50 años -51 a más años	Razón
			Género	- Masculino -Femenino	Nominal
			Grado de Instrucción	-Sin instrucción -Educación básica -Superior universitario -Superior no universitario	Nominal
			Cargo	-Dueño -Administrador	Nominal
			Tiempo en el cargo	-0 a 3 años -4 a 6 años -7 a más años	Razón

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Una micro y pequeña empresa es una unidad económica de una persona natural o jurídica, una micro y pequeña empresa se dedica a cubrir necesidades ya sea de un servicio o un producto, estas ayudan mucho en la economía del país ya que son generadores de trabajo.	Cada micro y pequeña empresa tiene un tiempo de permanencia en su rubro, estas tienen un número de trabajadores dependiendo a sus necesidades, las personas que trabajan en la empresa son desconocidas o familiares, una micro y pequeña empresa tiene un objetivo de creación ya sea generar ganancias o su subsistencia	Tiempo de permanencia en el rubro.	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
			Número de trabajadores.	-1 a 5 trabajadores -6 a 10 trabajadores -11 a más trabajadores	Razón
			Personas que trabajan en su empresa.	- Familiares -Personas no familiares.	Nominal
			Creación.	-Generar ganancias -Subsistencia	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad en atención al cliente	Se puede decir que la atención al cliente es de mucha importancia para la organización y que toda organización la debe de tener en cuenta, no solo porque el cliente necesita respuestas; si no que también para que la organización evalúe a sus clientes y pueda satisfacer todas sus necesidades	Se sabe que muchas personas no tienen conocimiento de que es gestión de calidad, la gestión de calidad tiene técnicas modernas como el marketing, atención al cliente, entre otros. El personal de las Micro y Pequeñas Empresas a veces tienen dificultades para la implementación de gestión de calidad, por ello las micro empresas miden el rendimiento de la persona. La gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio, se debe dar a conocer el termino de atención al cliente a todas las micro y pequeñas empresas para que así los productos que se ofrecen cubra las necesidades del cliente La atención al cliente es fundamental para que un	Conocimiento del término Gestión de calidad.	-Si - No -Tiene poco conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad.	- Benchmarking - La atención al cliente. - Empowerment - Las 5 c - outsourcing - otros	Nominal
			Dificultades de la gestión de calidad.	- Poca iniciativa -Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios -Desconocimiento del puesto - Otros	Nominal
			Técnicas para medir el personal.	- La observación - La evaluación -Escala de puntuaciones -Evaluación de 360° - Otros	Nominal
			Mejoramiento del rendimiento del negocio.	- Si - No	Nominal
			Logro de los objetivos y metas trazadas.	- Si - No - A veces	Nominal
			Conocimiento del término Atención al cliente.	-Si -No -Tiene cierto conocimiento	Nominal
			Aplicación de gestión de calidad en clientes.	- Si - No - A veces	Nominal

		cliente regrese nuevamente al negocio cada micro empresa tiene diferentes herramientas que utilizan para dar un servicio de calidad ya se la comunicación o la confianza, algunos factores de la calidad al servicio que brinda como atención personalizada, la atención que se brindan en las Mypes son Buenas y malas Tener una buena atención al cliente en una Mype puede ayudar a mejorar la rentabilidad de una empresa.	La atención al cliente es fundamental.	- Si - No	Nominal
			Herramientas para un servicio.	-Comunicación - Confianza. -Retroalimentación - Ninguno	Nominal
			Factores para la gestión de calidad.	-Atención personalizada -Rapidez en la entrega del producto - Las Instalaciones - Ninguna	Nominal
			La atención.	- Buena - Regular - Malo	Nominal
			La atención de la microempresa.	-No tiene suficiente personal. -Por una mala organización de los trabajadores. -Si brindan una buena atención al cliente.	Nominal
			Resultados de una buena atención al cliente.	-Clientes Satisfechos. - Fidelización de los clientes. -Posicionamiento de la empresa. -Incremento a las ventas.	Nominal

#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

La técnica que se utilizó para la recolección de la información fue la encuesta porque es una técnica destinada a obtener datos de varias opiniones y puntos de vista; lo cual son fundamentales para la investigación. La técnica de la encuesta se aplicó a las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro-pollerías del casco urbano de Chimbote provincia del Santa, 2018. El instrumento que se aplicó en la información fue el cuestionario con 23 preguntas dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas sobre las características de los representantes y sobre la variable de gestión de calidad. Las preguntas serán de tipo: dicotómica, de intervalo, de alternativa múltiple, etc (ver anexo 4).

#### **4.5. Plan de análisis**

A través de la encuesta se resumió información de la variable y la técnica administrativa, la cual fue de ayuda para la tabulación porcentual de todo el tema tratado y permitió obtener conclusiones. Para el procesamiento de la información obtenida se utilizaron los programas de Microsoft Excel, en el cual se elaboraron tablas porcentuales y figuras estadísticas de las variables en estudio. Posteriormente se desarrolló el análisis de resultados en el cual se utilizó en programa Word y al finalizar se utilizó el programa PDF y Turnitin para la presentación del trabajo de investigación.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestral	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, del casco Urbano del distrito de Chimbote, 2018?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco Urbano del Distrito de Chimbote, 2018.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Establecer las características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollería del casco Urbano del distrito de Chimbote, 2018. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco Urbano del distrito de Chimbote, 2018. Determinar las características de una gestión de calidad en atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco Urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p>	<p>Gestión de Calidad</p>	<p><b>Población:</b> Está conformada por 14 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote, año 2018.</p> <p><b>Muestra:</b> Consta de 10 micro y pequeñas empresas en estudio.</p>	<p><b>No experimental:</b> Porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable de gestión de calidad en atención al cliente.</p> <p><b>Transversal:</b> Porque se realizó en un espacio y tiempo determinado.</p> <p><b>Descriptivo:</b> Porque consistió en describir los fenómenos, situaciones y eventos de la variable en estudio.</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

#### **4.7. Principios éticos**

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó los siguientes principios éticos:

**Protección a las personas:** En el trabajo de investigación se protegió la identidad y se respetó las decisiones de las personas encuestadas para la elaboración de la investigación.

**Beneficencia y no maleficencia:** En este trabajo de investigación se aseguró el bienestar de los representantes de las MYPES y no se manipulo su información brindada.

**Justicia:** En la investigación no se niega información sobre los resultados, con la finalidad que sirva para futuros trabajos de investigación.

**Libre participación y derecho a estar informado:** Las personas que participen en la información tienen el derecho de saber con qué fines será utilizado su información, el cual solo debe ser para fines de estudio.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

Tabla 1

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018*

<b>Datos Generales</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Edad.</b>		
De 18 a 30 años	7	70.00
de 31 a 50 años	1	10.00
de 51 a más años	2	20.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Género.</b>		
Masculino	6	60.00
Femenino	4	40.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Grado de Instrucción.</b>		
Sin Instrucción	0	0.00
Educación Básica	4	40.00
Superior no Universitario	0	0.00
Superior Universitario	6	60.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Cargo.</b>		
Dueño	2	20.00
Administrador	8	80.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Tiempo en el cargo</b>		
0 a 3 Años	7	70.00
4 a 6 Años	3	30.00
7 a más Años	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.



Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Micro y Pequeñas Empresas</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro</b>		
0 a 3 Años	6	60.00
4 a 6 Años	4	40.00
7 a más Años	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Número de Trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	3	30.00
6 a 10 trabajadores	7	70.00
11 a más trabajadores	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Las Personas que trabajan.</b>		
Familiares	0	0.00
Personas no familiares	10	100.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Creación</b>		
Generar ganancia	10	100.00
Subsistencia	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Tabla 3

*Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018.*

<b>Gestión de calidad en Atención al cliente</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Conocimiento del término gestión de calidad</b>		
Si	0	00.00
No	4	40.00
Tengo cierto conocimiento	6	60.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	10	100.00
Empowerment	0	0.00
La 5 c	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Dificultades de la gestión de calidad.</b>		
Poca iniciativa	7	70.00
Aprendizaje lento	0	0.00
No se adapta a los cambios	2	20.00
Desconocimiento del puesto	1	10.00
Otros	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Técnicas para medir el personal.</b>		
La observación	7	70.00
La evaluación	3	30.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

Continúa...

Tabla 3

*Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

Gestión de calidad en Atención al cliente	n	%
<b>Mejoramiento del rendimiento del negocio.</b>		
Si	10	100.00
No	0	0.00
<b>Total</b>	10	100.00
<b>Alcanza los objetivos y metas trazadas.</b>		
SI	4	40.00
No	0	0.00
A veces	6	60.00
<b>Total</b>	10	100.00
<b>Conocimiento del término atención al cliente.</b>		
Si	7	70.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	3	30.00
<b>Total</b>	10	100.00
<b>Aplicación de gestión de calidad en clientes.</b>		
Si	4	40.00
No	0	0.00
A veces	6	60.00
<b>Total</b>	10	100.00
<b>La atención al cliente es fundamental.</b>		
Si No	10	100.00
<b>Total</b>	0	0.00
	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

*Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

Gestión de calidad en Atención al cliente	n	%
<b>Herramientas para un servicio.</b>		
Comunicación	4	40.00
Confianza	6	60.00
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Factores para la gestión de calidad.</b>		
Atención personalizada	0	0.00
Rapidez en la entrega del producto	10	100.00
Las instalaciones	0	0.00
Ninguno	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>La atención.</b>		
Buena	10	100.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>La atención de la microempresa.</b>		
No tiene suficiente personal	10	100.00
Por una mala organización de los trabajadores	0	0.00
Si brindan una buena atención al cliente	0	0.00
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

Continúa...

Tabla 3

*Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

Resultados de una buena atención al cliente	n	Concluye...
		%
Clientes satisfechos	7	70.00
Fidelización de los clientes	0	0.00
Posicionamiento de la empresa	2	20.00
Incremento en las ventas	1	10.00
<b>Total</b>	10	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

### **5.3. Análisis de resultados**

#### **Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018**

Edad de los representantes: El 70 % de los representantes tienen entre 18 a 30 años, coincide con los resultados encontrados por Jauregui (2017), quien afirma que el 50% de los encuestados son menores de 30 Años. Estos resultados demuestran que los representantes de las Pollerías del Casco Urbano de Chimbote son personas jóvenes y por lo tanto conocen herramientas modernas para mejorar la atención al cliente.

Género: El 60% de los representantes encuestados son de género masculino, así mismo coincide con el trabajo de Jauregui (2017), quien manifiesta que el 50% de los representantes son de género masculino, también coincide con Goicochea (2016), quien menciona que el 70% de los representantes son de género masculino. Este resultado demuestra que los representantes de las Pollerías del Distrito de Chimbote son del género masculino es por eso que en muchas ocasiones no tienen la comprensión necesaria hacia su personal.

Con respecto al grado de instrucción de los representantes: El 60% tienen grado de instrucción superior universitario, lo cual contrasta con Rodríguez (2016) el 52,3% tienen grado de instrucción educación básica. Este resultado demuestra que los representantes de las Pollerías del Distrito de Chimbote son personas con grado académico superior universitario por este motivo utilizan la técnica moderna de atención al cliente para una buena gestión de calidad.

Con respecto al cargo que desempeña: El 80% son administradores este resultado contrasta con Goicochea (2015) quien afirma que el 80% de los representantes son dueños. Este resultado demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son administradores por lo tanto tienen la capacidad para utilizar eficientemente los recursos que posee la microempresa y también aplican la planificación, organización, dirección y control; para tomar las mejores decisiones.

Con respecto al tiempo que desempeña en el cargo: El 70% menciona que laboran de 0 a 3 años este resultado contrasta con Jauregui (2017) quien respalda que el 37,5% de las Micro y Pequeñas Empresas, tienen más de 7 años en el rubro. Este resultado demuestra que la mayoría de los representantes tienen poco tiempo de desempeño en el cargo por ser jóvenes que están comenzando a trabajar en una empresa.

### **Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018.**

Con respecto al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 60% de las mypes tienen un tiempo de 0 a 3 años en el rubro, este resultado contrasta con Goicochea (2016), quien afirma que el tiempo de Funcionamiento en el mercado: el 30% de las MYPES tienen una antigüedad más de 7 años. Este resultado demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas rubro pollerías, tienen poco tiempo en el mercado, esto habla de la dificultad que tienen las microempresas para permanecer en funcionamiento.

Con respecto al número de trabajadores: El 70% de las mypes tienen un número de trabajadores de 6 a 10, este resultado contrasta con Goicochea (2016), quien respalda

que el 60% de las MYPES tienen una cantidad de 1 a 4 trabajadores. Este resultado demuestra que las micro y pequeñas empresas del Casco Urbano de Chimbote, si cuentan con los trabajadores suficientes para realizar todas las funciones necesarias, esto permite que se aligeren las tareas encomendadas y no perder tiempo en funciones que no corresponden a lo encargado.

Con respecto a las personas que trabajan en su empresa: El 100% son personas ajenas al entorno familiar, este resultado coincide en su mayoría con Pascual (2015), quien afirma que el 69% no son personas del ambiente familiar. Este resultado demuestra que la mayoría de los trabajadores, son personas sin ningún vínculo familiar de los dueños esto suele ser porque los dueños requieren de personas que ya tengan experiencia en el rubro.

Con respecto a los objetivos por el cual fue creado la empresa: El 100% menciona que es generar ganancias, lo que coincide en su totalidad con Jauregui (2017). Este resultado demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias, debido a que muchos emprendedores invierten su dinero con la finalidad de recuperarlo y hacer crecer su empresa.

### **Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018.**

Con respecto a los conocimientos que se tienen de Gestión de calidad: El 60% tiene cierto conocimiento este resultado contrasta con Goicochea (2016), quien afirma que el 90% de los representantes legales de las microempresas tienen conocimiento de la



gestión de calidad. Este resultado demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas desconocen el término gestión de calidad debido a que solo se preocupan en generar ganancias a corto plazo y no invierten en desarrollar sus capacidades empresariales.

Con respecto a que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce: El 100% tiene conocimiento de la atención al cliente este resultado contrasta con Rodríguez (2016), quien afirma que el 73,7% está totalmente de acuerdo que la cevichería utiliza la técnica moderna el *delibery* para brindar servicio de calidad. Este resultado demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del distrito de Chimbote rubro pollerías conocen la técnica moderna de atención al cliente, debido a que muchos tienen estudios superiores y conocen las herramientas para mejorar la atención al cliente.

Con respecto a que dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de la gestión de calidad: El 70% tiene poca iniciativa, este resultado contrasta con López (2018) quien menciona que el 47% de los clientes encuestados están de acuerdo que hay un desconocimiento en el puesto. Este resultado demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del distrito de Chimbote rubro pollerías tienen poca iniciativa por parte del personal, esto sucede porque no incentivan al personal, mediante incentivos y reconocimientos por sus logros, con la finalidad de que no decaigan en sus labores y por lo contrario sigan potenciándose en sus actividades.

Con respecto a que técnica para medir el personal conoce: El 70% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen como técnica para medir a su personal la observación, este resultado contrasta con Goicochea (2016), quien respalda que el 80% de

las MYPE capacitaciones para sus trabajadores. Este resultado demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas usan la técnica de la observación para medir a su personal, debido a que los representantes desean conocer por su propia cuenta como se desenvuelven en el cargo y si son personas de confianza.

Con respecto a la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio: El 100% manifiesta que sí, este resultado coincide en su mayoría con Noel (2017), quien menciona que el 73.3% menciona que el impacto que produce en la sociedad un restaurante que ofrece un servicio de calidad es positivo. Este resultado demuestra que la mayoría de los representantes de las Pollerías encuestadas creen que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, esto se debe a que la gestión de calidad está encaminada a satisfacer las necesidades de los clientes por medio de la atención.

Con respecto a la gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas: El 60% manifiesta que a veces este resultado contrasta con Jáuregui (2017), quien menciona que el 100% perciben que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr objetivos. Este resultado demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas y representantes piensan que la gestión de calidad a veces ayuda a alcanzar metas y objetivos, esto se debe a que la mayoría de MYPES no se plantean objetivos a largo plazo sino experimentan en base a la prueba y error, es por esa razón que desconocen los beneficios de una buena gestión de calidad.

Con respecto a si conoce el termino de atención al cliente: El 70% manifiesta que conoce la atención al cliente este resultado coincide con Goicochea (2016), quien manifiesta que el 60% de los representantes legales de las micro y pequeña si conoce la

atención al cliente. Este resultado demuestra que la mayoría de los representantes conocen sobre el termino atención al cliente, debido a que la mayoría de los representantes tienen directa relación con los clientes, también porque en algún momento han consumido algún tipo de producto y tienen exigencias para una mejor atención.

Con respecto a si conoce la gestión de calidad en el servicio a sus clientes: El 60% manifiesta que a veces, este resultado contrasta con Goicochea (2016), quien afirma que el 70% no aplican la Gestión de calidad. Este resultado demuestra que la mayoría de los representantes de las Pollerías encuestadas, si aplican la gestión de calidad en el servicio a sus clientes, esto es debido a que tienen un local acogedor o porque tienen un proveedor que trabaje con alimentos de calidad que permita a nuestro producto diferenciarse del resto.

Con respecto a que la atención al cliente es fundamental para que este regrese: El 100% considera que es fundamental para que regrese este resultado coincide con López (2018), quien afirma que el 41% si es fundamental la buena atención. Este resultado demuestra que la mayoría de los representantes de las Pollerías encuestadas creen que la atención al cliente es fundamental, debido a que los clientes siempre esperan ser atendidos en un lugar cómodo, con un buen trato y rapidez en la entrega de su producto, de lo contrario no regresarían a nuestro local.

Con respecto a herramientas que utiliza para un servicio de calidad: el 60% de los encuestados mencionan que es la confianza es una herramienta para brindar un servicio de calidad este resultado contrasta con López (2018), quien afirma que el 47% están de acuerdo en que el personal del restaurante les utiliza la comunicación. Este resultado

demuestra que la mayoría utiliza la confianza como herramienta de servicio, debido a que los clientes necesitan estar siempre seguros de recibir lo mejor a un precio accesible.

Con respecto a principales factores para la calidad al servicio que brinda: El 100% de las micro y pequeñas empresas creen que la rapidez en la entrega de los productos, este resultado coincide en su mayoría con Rodríguez (2016), quien afirma que el 75,2 % menciona que la empresa brinda una buena calidad por que llega con rapidez el producto. Este resultado demuestra que la mayoría cree que la atención personalizada es el principal factor para el servicio que brinda, este resultado es favorable siempre y cuando la MYPE cuente con los trabajadores suficientes para abastecer el promedio de clientes que llegan por cada día; de lo contrario se demorarían mucho tiempo en las entregas del producto.

Con respecto a la atención que brinda a los clientes es: El 100% es buena, coincide con Rodríguez (2016), el 64,7% menciona siempre el servicio y atención recibida es bueno. Este resultado demuestra que la mayoría de las pollerías si brindan una buena atención a sus clientes, debido a que los representantes seleccionan a trabajadores con experiencia en el rubro, para facilitar el desenvolvimiento y la comunicación hacia los clientes.

Con respecto a la atención que brinda: El 100% de las Mypes encuestadas consideran que dan una mala atención porque no tiene suficiente personal esta información contrasta con Rodríguez (2016), quien manifiesta que el 64,7% siempre el servicio y atención recibida es bueno. Este resultado demuestra que las Mypes están dando a sus clientes mala atención por falta de personal, esto se debe a que quieren sacar el máximo beneficio con el personal que cuentan, pero se debe tener en cuenta que si el

número de clientes aumenta es necesario tener personal que asista con lo que se requiere, para que no visiten otras pollerías.

Con respecto a la atención brindada: El 70% de las mypes tienen clientes satisfechos como resultados logrados al brindar una buena atención al cliente esta información coincide con Rodriguez (2016), quien menciona que el 46 % están de acuerdo que clientes satisfechos se da por una buena atención. Este resultado demuestra que la mayoría de los representantes de las Pollerías encuestadas tienen clientes satisfechos al brindar una buena atención al cliente, esto se debe a que una buena atención por parte del personal permite que el cliente se sienta satisfecho y con ganas de regresar.

## **VI. CONCLUSIONES**

La mayoría de los dueños de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollería son de 18 a 30 años, son de género masculino, tienen grado de instrucción universitario superior, desempeñan el cargo de administrador, el tiempo que desempeñan el cargo es de 0 a 3 años.

La totalidad de las personas que laboran en la empresa son personas no familiares, las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias. La mayoría tienen como tiempo de permanencia de 0 a 3 años y de igual manera en el rubro, tienen de 6 a 10 trabajadores.

La mayoría de MYPES conocen la técnica moderna de gestión de calidad en atención al cliente y la totalidad de los representantes afirman que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio también creen que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese. La rapidez en la entrega del producto es muy importante para una buena calidad al servicio que brinda, por otra parte, consideran que no brindan una buena atención al cliente por no tener suficiente personal. La mayoría de las MYPES tienen cierto conocimiento del término gestión de calidad y utilizan la confianza como herramienta para un buen servicio. También mencionan que a veces la gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas, pero debería incentivar a los trabajadores para tener mejores resultados en sus labores, los representantes conocen la observación para medir al personal, conocen el término atención al cliente, a veces aplica la gestión de calidad en el servicio a sus clientes, tienen clientes satisfechos como resultados de brindar una buena atención al cliente.

## **Aspectos Complementarios**

### Recomendaciones

Implementar capacitación a su personal para que así estos puedan dar una buena atención al cliente y no solo basarse en su experiencia ya que cada vez todo va innovando, esto se puede hacer mediante una atención personalizada vinculándose así directamente con el cliente.

Mejorar la comunicación verbal y no verbal para mejorar la relación con los clientes y de esta manera podría volver, además podría recomendar a más personas, con lo cual se tendrían mayores ventas por lo tanto tendrían mayores ganancias y un posicionamiento en el mercado que podría facilitar la incursión en otros lugares, haciendo que se creen sucursales para que las microempresas se conviertan en empresas reconocidas puesto que se incrementa el capital para poder seguir invirtiendo.

Implementar el proceso de Gestión de Calidad basada en mejorar la fluidez de las actividades realizadas en la organización y en la compra de los insumos que utilizan en la elaboración del pollo a la brasa, estableciendo estándares de calidad como son la seguridad e higiene de los productos. También es importante utilizar técnicas para identificar y solucionar problemas que impiden una buena gestión en los procesos.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.**

Alberti, G., Peluffo, M., & Villena Higuera, J. (2015). *Desarrollo territorial y cohesión social en América Latina: la visión de las PyME*. Ediciones Octaedro, S.L.

Adriana, G. (2016). *El consumidor*. Madrid: Editorial UOC.

Avilés, S & Cedeño, T. (2018). *Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante “La Finquita”*. (Tesis de Licenciado en Administración, Pregrado) Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Recuperado de:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10360/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-496.pdf>

Campos, C. (2015). *Gestión de Calidad y competitividad de las Mype rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015*. (Tesis de Licenciado en Administración, Pregrado) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura, Perú. Recuperado el 20 de noviembre

Chinchayan, P. (2016). *La gestión de calidad en base al planeamiento estratégico y el compromiso del personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles. caso hotel ivansino inn, Chimbote, año 2016*. Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cuatrecasas, L. (2011). *Gestión de la calidad total*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Balagué, N., & Jarmo S, S. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*. Editorial UOC: Malaga.



- Blanco, G. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Macmillan Iberia, S.A.
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Madrid: Editorial ICB.
- Diban H, & Riquelme, S. (2015). *IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES*. Santiago: Repositorio Académico de la Universidad de Chile.
- Domínguez, G. (2014). *Atención al cliente en el proceso comercial*. BARCELONA: UF0349, Editorial Tutor Formación.
- Elasri, E., Triadó, I., & Aparicio, C. (2015). *La satisfacción de los clientes de los centros deportivos municipales de Barcelona*. Barcelona: Disposit Digital de la umivesidad de Barcelona.
- Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las PYMES en América Latina: entre avances innovadores y desafíos institucionales*. Santiago: B - CEPAL.
- Galdón, B. (16 de 11 de 2014). *La pequeña y mediana empresa, motor de la economía española*. Obtenido de <https://www.20minutos.es/noticia/2144813/0/pyme/economia/espana/>
- García, V. (16 de 11 de 2016). *Pequeñas empresas en Estados Unidos*. Obtenido de <https://coyunturaeconomica.com/microeconomia/pequenas-empresas-en-usa>
- Goicochea, F. (2015). *LA Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio -rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa Maria del triunfo, provincia de lima, departamento de lima, período 2015*.(Tesis pregrado): Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de :

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1083/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MYPE\\_GOICOCHEA\\_FLORES\\_KARINA\\_ROSSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1083/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_GOICOCHEA_FLORES_KARINA_ROSSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

González, M. (2017). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: UF0049. Tutor Formación.*

Goodman, J. (2014). *Atención estratégica al cliente.* Buenos Aires: Pluma Digital Ediciones.

Herrera G. (2011). *Análisis estructural de las mypes y pymes.* Lima: quipu kamayoc.

Jáuregui , B. (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014.* CHIMBOTE: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Jibaja, C. (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las mype rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano la Primavera Castilla, 2015.* Piura: Biblioteca virtual.

La República, (10 de ENERO de 2016). *Solo las MYPES salvarán al Perú?*

Ley N. 28015 (2003). *LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.* Lima.

López M. (2018) *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.(Tesis posgrado).* Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Noel N.(2017) *Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las mypes, sector servicio rubro restaurantes y cevicherías en el distrito de zorritos, 2017.*(tesis pregrado).Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3852/FINANCIAMIENTO\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_NOEL\\_NU%C3%91EZ\\_BETTY\\_SOLEDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3852/FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_NOEL_NU%C3%91EZ_BETTY_SOLEDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Organización Internacional del Trabajo. (2015). *Panorama TEMÁTICO laboral Pequeñas empresas, grandes brechas Empleo y condiciones de trabajo en las MYPE de América Latina y el Caribe.* Lima: Lima: OIT .

Ortiz G.(2017) *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las mypes del sector servicio, rubro restaurant del centro de tumbes, año 2017.*(tesis pregrado). Universidad Católicas los Ángeles Chimbote. Recuperado: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_ORTIZ\\_GUERRERO\\_CECILIA\\_YARETT.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_ORTIZ_GUERRERO_CECILIA_YARETT.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pascual B.(2015) *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas iso 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de huaraz, 2015*(tesis pregrado). Universidad Católica los Ángeles de

Chimbote. recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5244/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_NORMA\\_ISO\\_9001\\_PASCUAL\\_BARRETO\\_LUCIA\\_LISZETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5244/GESTION_DE_CALIDAD_NORMA_ISO_9001_PASCUAL_BARRETO_LUCIA_LISZETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Periòdico el Ferrol. (16 de abril de 2017). *Las mypes en Chimbote: ¿cómo aceleramos el motor?* Recuperado el 30 de abril de 2017, de

<http://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-las-mypes-enchimbote-como-aceleramos-el-motor>

Rodriguez G. (2016) *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de chimbote, 2016* (tesis posgrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2170/GESTION\\_CALIDAD\\_RODRIGUEZ\\_GALARRETA\\_YENNY\\_EUDOCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2170/GESTION_CALIDAD_RODRIGUEZ_GALARRETA_YENNY_EUDOCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rubio, C. (2016). *La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016*. CHIMBOTE: Chimbote: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, 2016.

Sánchez (2013). *“Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las Micro y Pequeñas Empresas rubro restaurantes - provincia de Trujillo*

*periodo 2013*". (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú

Sánchez, M. (2013). *La fidelización en los centros deportivos: diferénciate, cuida a tus clientes*. Cataluña: Editorial UOC.

SNI. (14 de Febrero de 2016). *GESTIÓN*. Obtenido de

<https://gestion.pe/economia/sni-peru-pais-afectado-burocracia-alianza-pacifico-tpp-111639>

Tuesta, D. (2018). MEF: "Destinaremos más de S/1.000 millones para mypes". Conferencia de Redacción EC. LIMA: EL COMERCIO.

Villalba S. (2016) *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*.(tesis posgrado).Pontificia Universidad Católica del Ecuador Facultad de Ciencias Humanas recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%20C3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

### Anexo 1. cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N o	Actividades	Año 2018								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		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	x												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				x												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					x	x	x	X								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									X							
7	Elaboración del consentimiento informado									x							
8	Recolección de datos										X						
9	Presentación de resultados										x						
10	Análisis e interpretación de los resultados											x					
11	Redacción del informe preliminar												X				
12	Revisión del informe final dela tesis por el jurado de Investigación													x			
13	Aprobación del informe final dela tesis por el jurado de investigación														x		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															x	
15	Redacción de artículo científico																x

## Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros(*)			
Impresiones	0.50	200	100.00
Fotocopias	0.10	50	5.00
Empastado	14.00	3	42.00
Papel bond A-4 (200 hojas)	0.10	200	2.00
Lapiceros	1.00	6	6.00
Sub total			155.00
Servicios			
Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			100.00
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información	5.00	15	75.00
Sub total			75.00
Total de presupuesto desembolsable			330.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Numero	Total (s/.)
Servicios			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital –LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Modulo de Investigación del ERP University-MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/)			982.00

### Anexo 3. Cuadro de sondeo

<b>N</b>	<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>
1	Pollería Kikiriki	Jirón. Manuel Ruiz 337
2	Pollería Delcas	Avenida. Pardo 582
3	La granja linda	Avenida Pardo 545
4	Napos Chicken	Jirón Ladislao Espinar
5	Pollos Mirko	Jirón. Guillermo More 445
6	Pollos Alfa Mas	Jirón. Enrique Palacios 529
7	Cholitos Chiken	Jirón. Alfonso Ugarte 454
8	Pollos Fiesta	Jirón. Manuel Villavicencio 576
9	Pollos Mirko	Jirón. Manuel Villavicencio 517
10	Pollos Alfa Mas	Jirón. Leoncio Prado 520
11	Rikoton Chicken	Jirón. Enrique palacios 411
12	Pollos Cesar	Jirón. Prolongación Alfonso Ugarte
13	Pollos Delcas	Jirón. Manuel Villavicencio
14	Pollos Mirko	Jirón. Elías Aguirre



## **Anexo 4. Cuestionario**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Para optar el grado de Bachiller en Administración.

### **I. GENERALIDADES**

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

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

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

##### **2. Género**

- a) Masculino

b) Femenino

**3. Grado de instrucción**

a) Sin instrucción

b) Educación básica

c) Superior no universitaria

d) Superior universitaria

**4. Cargo que desempeña**

a) Dueño

b) Administrador

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

a) 0 a 3 años

c) 7 a más años

b) 4 a 6 años

**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 de la empresa**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

**REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD: GESTIÓN DE CALIDAD**

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

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

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

- a) Benchmarking
- b) 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

**REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE**

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

- a) Si

- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

- a) No tiene suficiente personal.

- b) Por una mala organización de los trabajadores.
- c) Si brindan una buena atención al cliente.

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

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

## Anexo 5: Hoja de tabulación

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018*

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	18-30 años	IIIIII	7	70.0
	31-50 años	I	1	10.0
	51 a más años	II	2	20.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-I-II</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Género	Masculino	IIIIII	6	60.0
	Femenino	IIII	4	40.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-IIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0.0
	Educación básica	IIII	4	40.0
	Superior no universitaria		0	0.0
	Superior universitaria	IIIIII	6	60.0
	<b>Total</b>	<b>IIII-IIIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Cargo que desempeña	Dueño	II	2	20.0
	Administrador	IIIIIIII	8	80.0
	<b>Total</b>	<b>II-IIIIIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	IIIIII	7	70.0
	4 a 6 años	IIII	3	30.0
	7 a más años		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-IIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Tiempo de permanencia en el rubro	0-3 años	IIIIII	6	60.0
	4-6 años	IIII	4	40.0
	7 a más años		0	0.0
	Total	IIIIII-IIII	10	100.0
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	III	3	30.0
	6 a 10 trabajadores	IIIIII	7	70.0
	11 a más trabajadores		0	0.0
	Total	III-IIIIII		100.0
Personas que trabajan en su empresa	Familiares		0	0.0
	Personas no familiares	IIIIIIII	10	100.0
	Total	IIIIIIII	10	100.0
Objetivo de la creación	Generar Ganancia	IIIIIIII	10	100.0
	Subsistencia		0	0.0
	Total	IIIIIIII	10	100.0



*Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
Conoce el termino Gestión de calidad.	Si		0	0.0
	No	III	4	40.0
	Tengo cierto conocimiento	IIIII	6	60.0
	<b>Total</b>	<b>IIIII-III</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Tecnicas modernas de la Gestión de calidad	Benchmarking			0.0
	Atención al cliente	IIIIIIII	10	100.0
	Empowerment		0	
	Las 5 c		0	
	Outsourcing		0	
	Otros		0	
	Ninguno		0	
<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>	
Dificultades que tienen los trabajadores	Poca iniciativa	IIIII	7	70.0
	Aprendizaje lento		0	0.0
	No se adapta a los cambios	II	2	20.0
	Desconocimiento del puesto	I	1	10.0
	Otros		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIII-II-I</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Técnicas para medir al personal	La observación	IIIII	7	70.0
	La evaluación	III	3	30.0
	Escala de puntuaciones		0	0.0
	Evaluación de 360°		0	0.0
	Otros		0	0.0
	<b>Total</b>		<b>10</b>	<b>100.0</b>
La gestión de calidad mejora el rendimiento	Si	IIIIIIII	10	100.0
	No		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
La gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas	Si	III	4	40.0
	No		0	0.0
	A veces	IIIII	6	60.0
	<b>Total</b>	<b>III-IIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Conoce el término atención al cliente	Si	IIIIII	7	70.0
	No		0	0.0
	Tengo cierto conocimiento	III	3	30.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-III</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Aplica la gestión de calidad en el servicio a sus clientes	Si	III	4	40.0
	No		0	0.0
	A veces	IIIII	6	60.0
	<b>Total</b>	<b>III-IIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
la atención al cliente es fundamental para que este regrese	Si	IIIIIIII	10	100.0
	No		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación	III	4	40.0
	Confianza	IIIII	6	60.0
	Retroalimentación		0	0.0
	Ninguno		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Principales factores para la calidad	Atención personalizada		0	0.0
	Rapidez en la entrega del producto	IIIIIIII	10	100.0
	Las instalaciones		0	0.0
	Ninguno		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

<b>Preguntas</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Tabulación</b>	<b>Frecuencia Absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
La atención que brinda a los clientes es	Buena	IIIIIIII	10	100.0
	Regular		0	0.0
	Malo		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Está dando una mala atención al cliente	No tiene suficiente personal	IIIIIIII	10	100.0
	Por una mala organización de los trabajadores		0	0.0
	Si brindan una buena atención al cliente		0	0.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIIIII</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>
Resultados logrados al brindar una buena atención al cliente	Clientes satisfechos	IIIIII	7	70.0
	Fidelización de los clientes		0	0.0
	Posicionamiento de la empresa	II	2	20.0
	Incremento en las ventas	I	10	10.0
	<b>Total</b>	<b>IIIIII-II-I</b>	<b>10</b>	<b>100.0</b>

## Anexo 6.

### Figuras

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

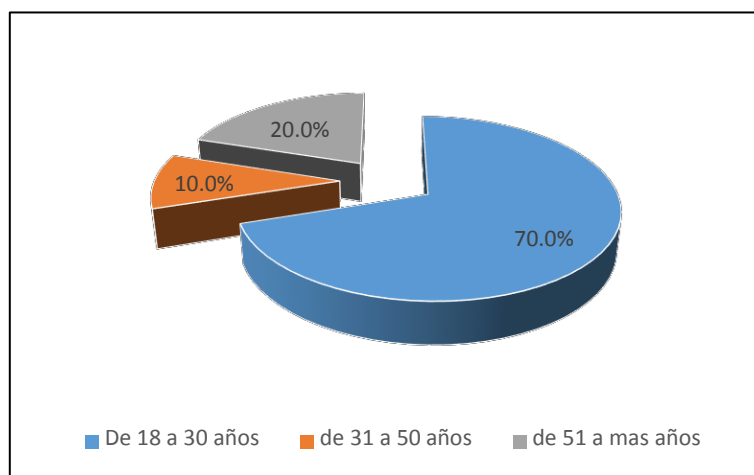


Figura 1. Edad de los representantes.

Fuente. Tabla 1

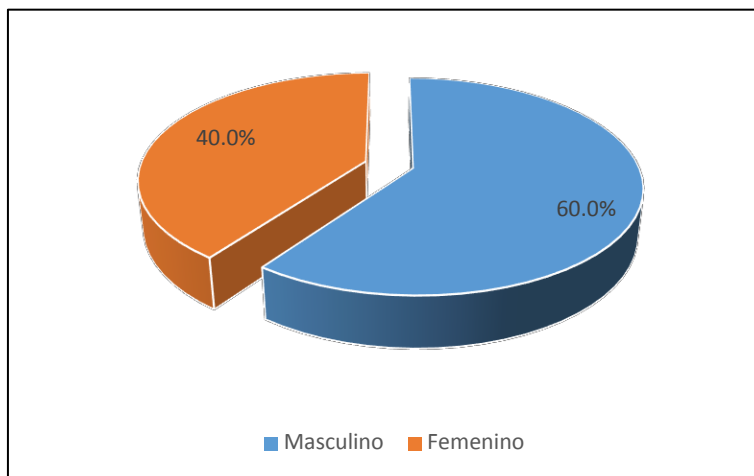


Figura 2. Género.

Fuente. Tabla 1

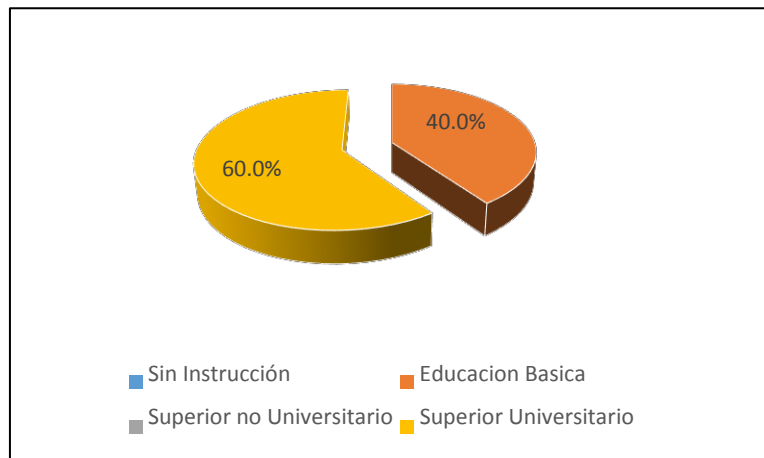


Figura 3. Grado de instrucción.

Fuente. Tabla 1

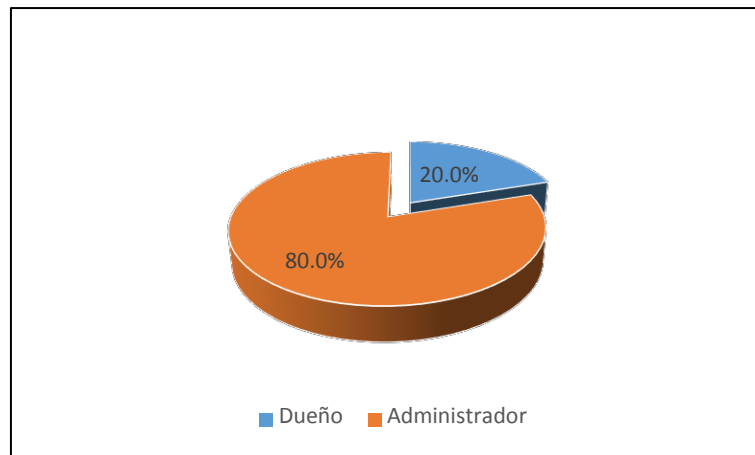


Figura 4. Cargo.

Fuente. Tabla 1

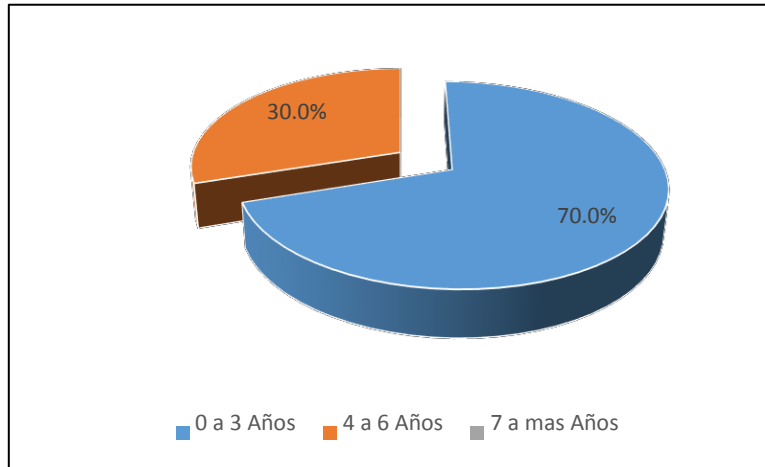


Figura 5. Tiempo en el cargo.

Fuente. Tabla 1

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

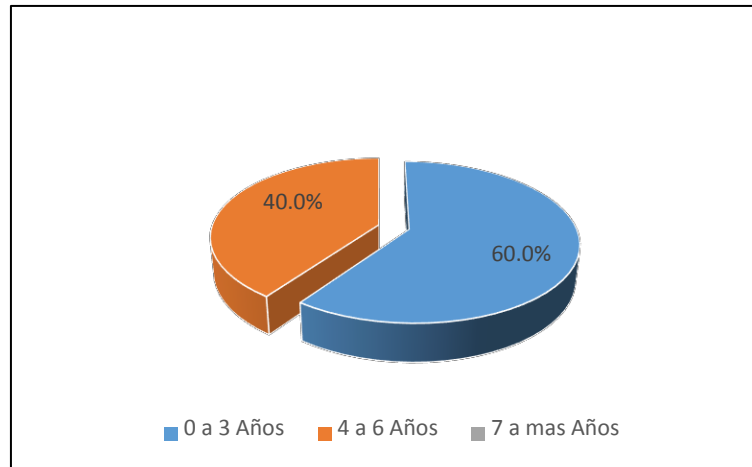


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

Fuente. Tabla 2

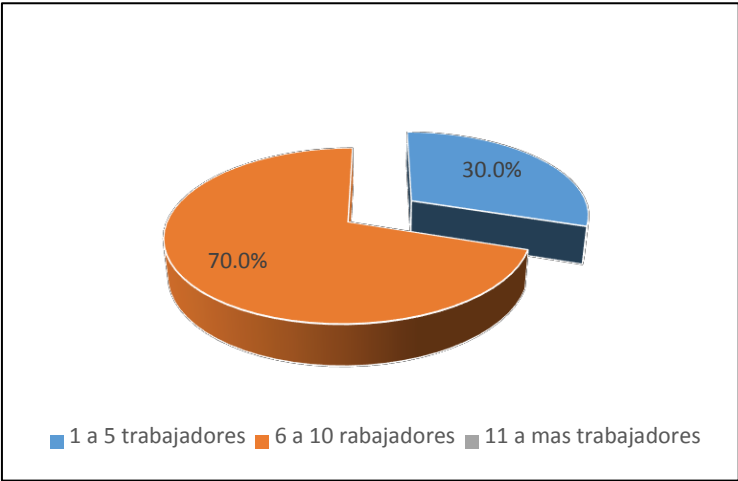


Figura 7. Número de trabajadores.

Fuente. Tabla 2



Figura 8. Personas que trabajan.

Fuente. Tabla 2

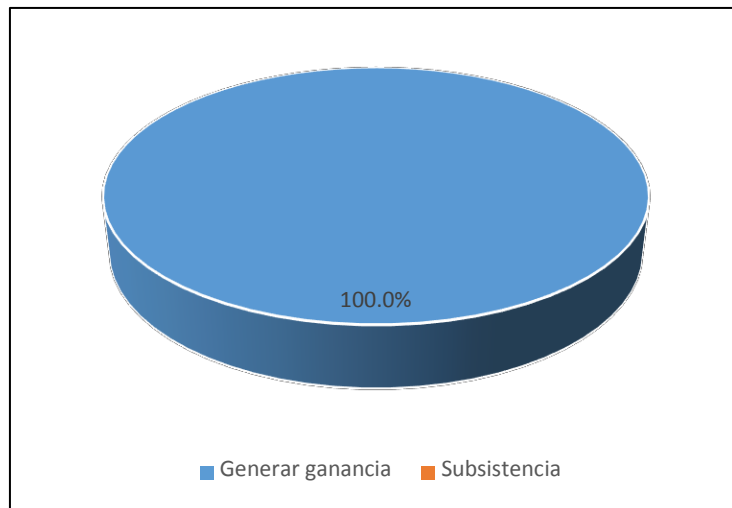


Figura 9. Creación.

Fuente. Tabla 2

Características de una Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicios, rubro pollerías del Casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

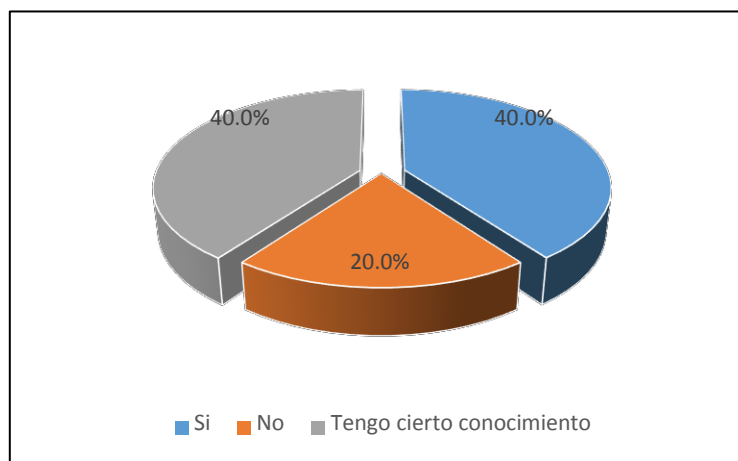


Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3



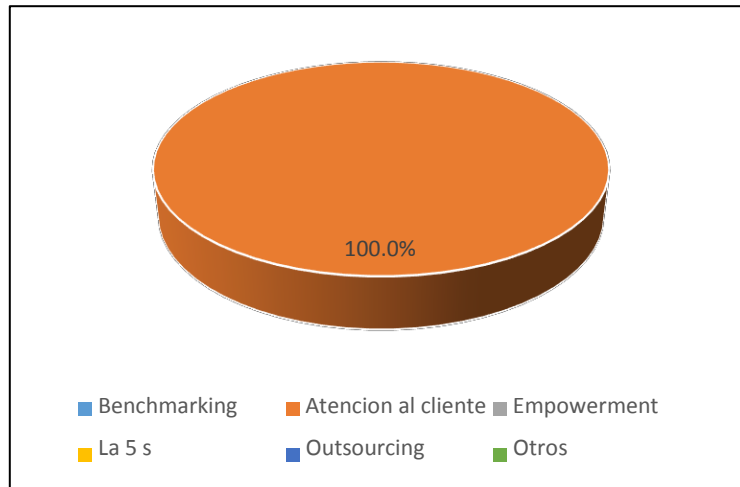


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad.

Fuente. Tabla 3

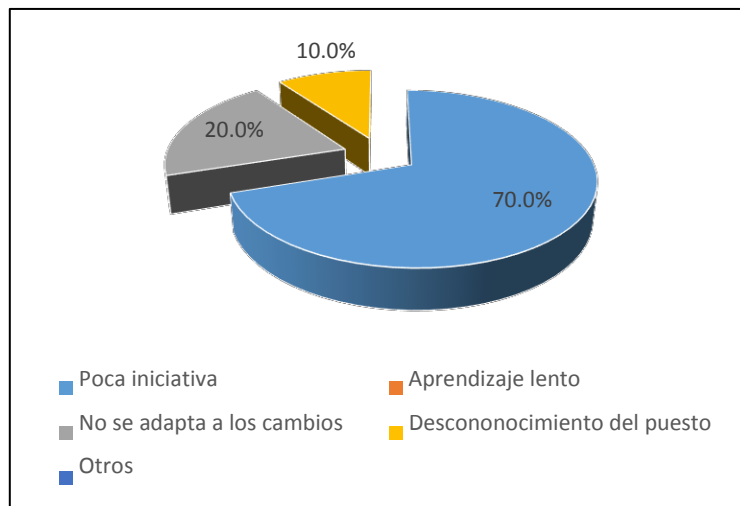


Figura 12. Dificultades de la gestión de calidad.

Fuente. Tabla 3

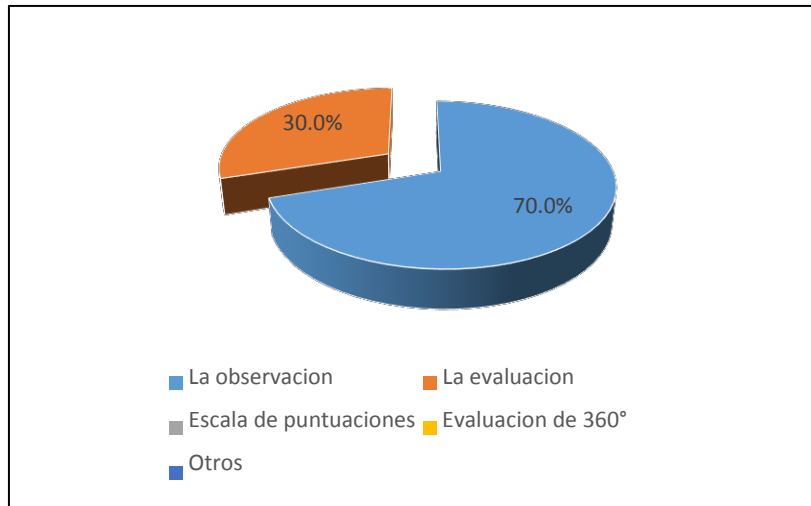


Figura 13. Técnicas para medir al personal.

Fuente. Tabla 3

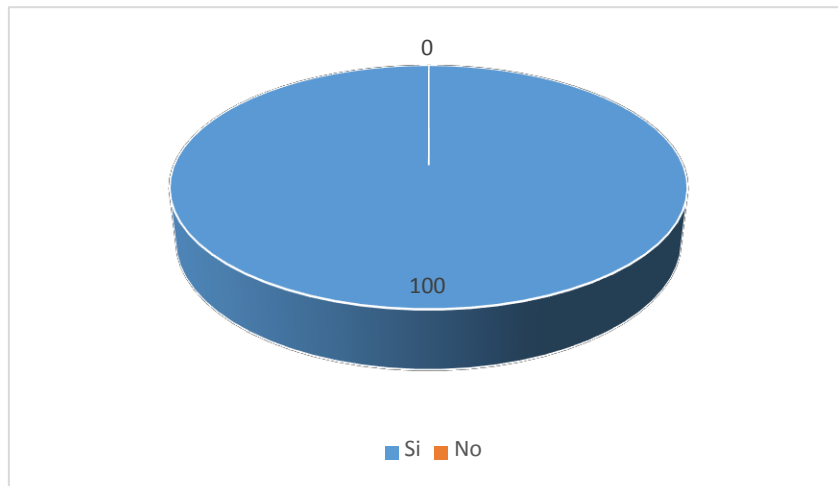


Figura 14. Mejoramiento del rendimiento del negocio.

Fuente. Tabla 3

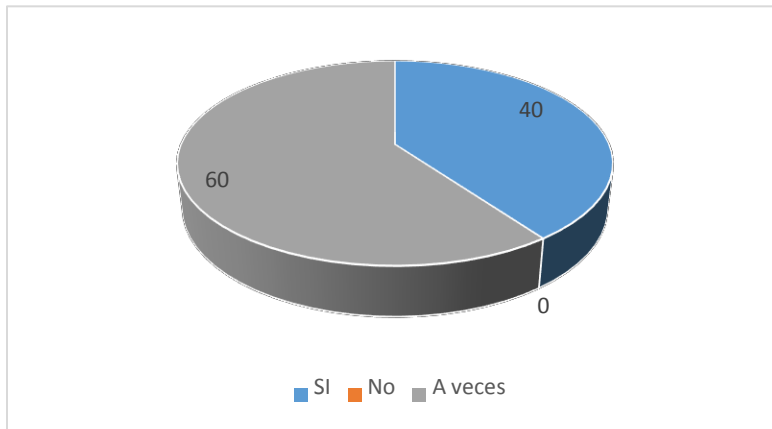


Figura 15. Alcanza los objetivos y metas trazadas.

Fuente. Tabla 3

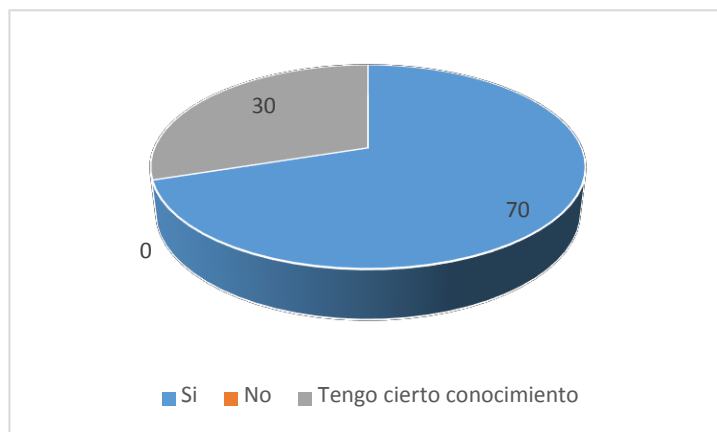


Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente.

Fuente. Tabla 3

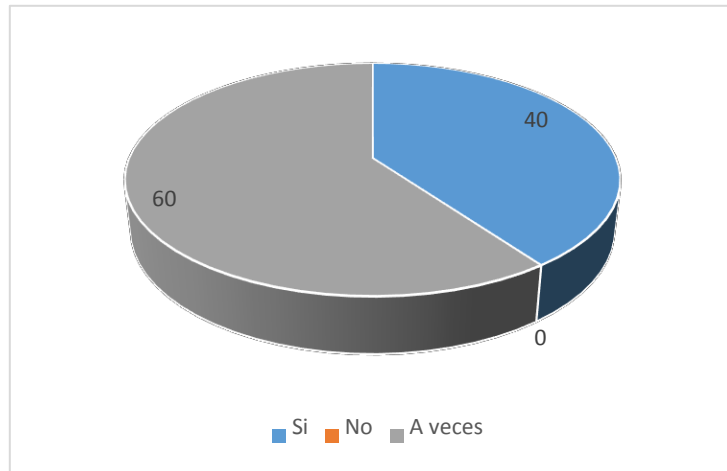


Figura 17. Aplicación de gestión de calidad en clientes.

Fuente. Tabla 3

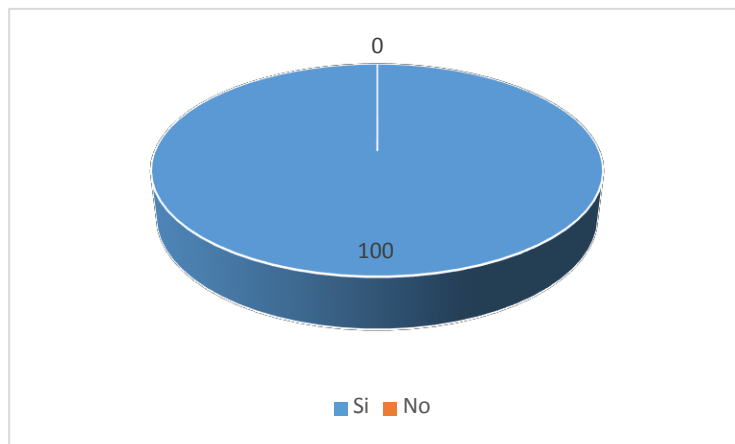


Figura 18. La atención al cliente es fundamental.

Fuente. Tabla 3

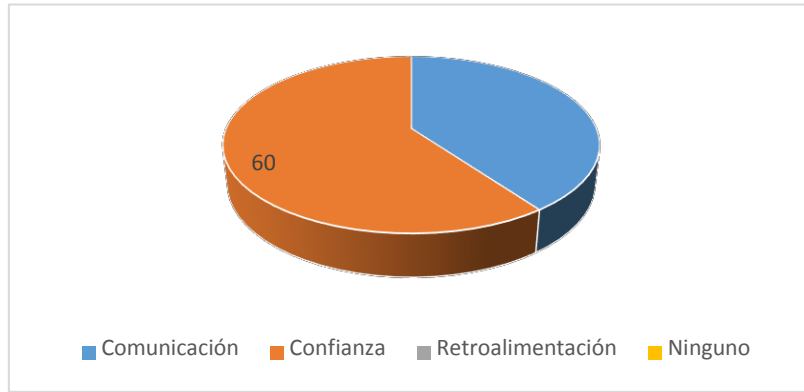


Figura 19. Herramientas para un servicio.

Fuente. Tabla 3



Figura 20. Factores para la gestión de calidad.

Fuente. Tabla 3

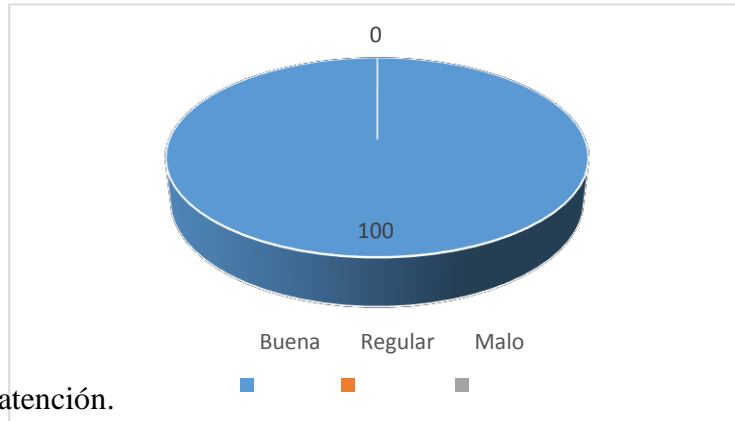


Figura 21. La atención.

Fuente. Tabla 3



Figura 22. La atención de la microempresa.

Fuente. Tabla 3

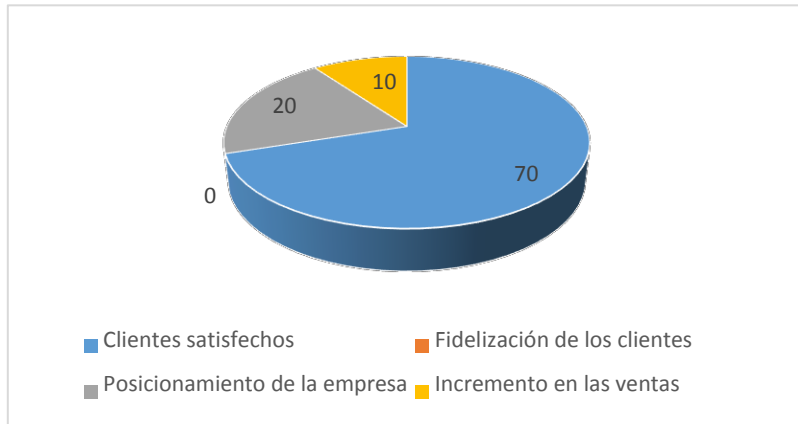


Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente.

Fuente. Tabla 3