



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIOS, RUBRO POLLERÍAS DEL DISTRITO
DE NUEVO CHIMBOTE, 2020

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

AUTORA

ROSALES LAGUNA, GLADIS AIDE

ORCID: 0000-0002-6456-8426

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE-PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Rosales Laguna, Gladis Aidé
ORDIC: 0000-0002-6456-8426

Universidad católica los ángeles de Chimbote, estudiante de
pregrado, Chimbote, Perú

ASESOR

Centurion Medina, Reinerio Zacarias
ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad católica los ángeles de Chimbote, facultad de ciencias e
ingeniería, escuela profesional de administración, Chimbote. Perú

JURADO

Rosillo De Purizaca María Del Carmen
Orcid: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa Jose Guzman
Orcid: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio Maria Isabel
Orcid: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

Orcid: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa Jose Guzman

Orcid: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mino Asencio Maria Isabel

Orcid: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme fuerzas y guiarme tanto en mi vida personal y académica. Por ser mi fortaleza quien con su bendición llena mi vida.

A mi asesor el Dr. Centurion Medina Reinerio Zacarias por su apoyo, por su paciencia que me brindo y por compartir sus conocimientos mediante una enseñanza de calidad

A la escuela profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote por el soporte institucional dado para la realización de este trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A Dios, por guiarme, protegerme y brindarme las fuerzas necesarias para seguir adelante pese a los obstáculos presentados.

A mis padres, quienes son los pilares fundamentales en mi vida, por su apoyo incondicional, por acompañarme durante este proceso y orientarme a cumplir mis metas.

A mis hermanas, por motivarme y brindarme su comprensión, por sus consejos que me orientaron a tomar las mejores decisiones y me ayudaron creer en mí.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general: determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. La metodología utilizada fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo, se utilizó una población de 55 micro y pequeñas empresas y una muestra de 30, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo como resultados: el 53% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 50% tienen grado de instrucción básica, el 50% de micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 83% si conocen termino gestión de calidad, el 100% miden el rendimiento del personal mediante la observación, el 80% conocen el termino atención al cliente, el 87% utilizan la comunicación como herramienta de servicio al cliente, el 63% consideran como factor fundamental en el servicio que brindan es la rapidez en la entrega de los productos, el 53% han logrado un incremento en sus ventas brindando un buen servicio. La investigación concluye que la mayoría de representantes si conocen el termino gestión de calidad, pero las dificultades que enfrentan para implementar este sistema son por la poca iniciativa de sus trabajadores, conllevando que en algunas oportunidades no brinden un buen servicio por la mala organización de estos.

Palabras clave: atención, calidad, cliente, gestión y Mypes.

ABSTRACT

The present research has the general objective: To determine if the improvement of customer service as a relevant factor allows quality management in micro and small companies in the service sector, poultry business in the Nuevo Chimbote district, 2020. The methodology used was of a non-experimental-transversal-descriptive design, a population of 55 micro and small companies and a sample of 30 were used, to whom a 23-question questionnaire was applied through the survey technique. Obtaining as results: 53% of the representatives are between 31 and 50 years old, 50% have a basic education degree, 50% of micro and small companies have 7 or more years of permanence in the field, 83% if know the term quality management, 100% measure staff performance through observation, 80% know the term customer service, 87% use communication as a customer service tool, 63% consider it as a fundamental factor in the service they provide is the speed in the delivery of the products, 53% have achieved an increase in their sales by providing a good service. The research concludes that the majority of representatives do know the term quality management, but the difficulties they face in implementing this system are due to the lack of initiative of their workers, which means that in some opportunities they do not provide a good service due to their poor organization.

Keywords: service, quality, customer, management and Mypes.

CONTENIDO

1. Título de tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Jurado y asesor.....	iii
4. 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.....	8
III. Hipótesis.....	32
IV. Metodología.....	33
4.1. Diseño de la investigación.....	33
4.2. Población y muestra.....	34
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	34
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
4.5. Plan de análisis.....	36
4.6. Matriz de consistencia.....	37
4.7. Principios éticos.....	39
V. Resultados.....	42
5.1. Resultados.....	42
5.2. Análisis de resultados.....	48
VI. Conclusiones.....	60
Aspectos complementarios.....	62
Referencias bibliográficas.....	63
Anexos.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.....	42
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.....	43
Tabla 3. Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.....	44
Tabla 4. Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad del representante.....	92
Figura 2. Genero del representante.....	92
Figura 3. Grado de instrucción.....	93
Figura 4. Cargo que desempeña.....	93
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	94
Figura 6. Tiempo de permanencia de las microempresas.....	94
Figura 7. Número de trabajadores.....	95
Figura 8. Personas que trabajan en las microempresas.....	95
Figura 9. Objetivo de creación.....	96
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad.....	96
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad.....	97
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad	97
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	98
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento	98
Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas.....	99
Figura 16. Conoce el termino atención al cliente.....	99
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda.....	100
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese.....	100
Figura 19. Herramientas que utilizan para un servicio de calidad.....	101
Figura 20. Principales factores para un servicio de calidad.....	101

Figura 21. La atención que brinda al cliente.....	102
Figura 22. Consideran que están dando una mala atención al cliente.....	102
Figura 23. Resultados obtenidos brindando una buena atención.....	103

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas son las principales fuentes que generan empleo en la sociedad, las que más contribuyen al crecimiento económico de cada país, la mayoría de microempresas ubicadas en diferentes países del mundo, están conformadas por familiares quienes son los que laboran en dicho establecimiento, de acuerdo a sus ventas, número de empleados, activos se determina el tamaño del negocio y su participación en el mercado es fundamental (Banco Mundial, 2017).

Pese a que estos negocios familiares son indispensables, varias de ellas tienen obstáculos que les impide desarrollarse y mantenerse en el sector donde se encuentran ubicadas, puesto que no utilizan una gestión de calidad con el uso de la atención al cliente. Pero estas dificultades no solamente son a nivel nacional, local, si no también internacional por decir.

En España, diversos emprendedores deciden formar su negocio, la cual estas tienen un gran impacto para combatir el desempleo, sin embargo, muchas de ellas tienen dificultades de supervivencia, de cada diez microempresas solo cuatro siguen funcionando cinco años después de su creación, porque los emprendedores no tienen información sobre gestión, no cuentan con experiencia, forman un proyecto por necesidad. Lo cual implica un deficiente servicio al cliente provocando así una insatisfacción y abandono por parte de estos al no cumplir con sus expectativas, esta tarifa es alarmante ya que el 19.9% de micro y pequeñas empresas sufrirán el abandono del 10% y 20% de sus clientes cada año por no brindar un buen trato (Economista, 2017).

En México, las pequeñas empresas son fundamentales porque generan empleo a la mayoría de la población, lo cual conlleva económicamente a sobresalir. Dentro de varias falencias que tienen esta la mala calidad en atención a los clientes, a pesar que estas tienen relación directa, cercana con los clientes y pueden conocer cuáles son sus exigencias y expectativas, suelen tener esta dificultad por falta de capacitación a sus trabajadores y no brindar información correcta sobre el producto o servicio (Sordo, 2019).

En Argentina, normalmente se cree que las micro y pequeñas empresas no logran sobresalir es por la crisis que afrontan constantemente, pero no es así, la mayoría de estos negocios inicialmente cuando recién se crean tienen éxito, dan un buen servicio, porque son atendidos por los mismos dueños, conforme pasa el tiempo lo que es una ventaja se convierte en una limitación, hace que el representante pierda el control sobre él. Al no innovar e invertir en mejorar la calidad del producto por tanto pierden consumidores al no lograr cumplir con sus expectativas del público, la falta de compromiso de los trabajadores y discordias entre ellos (mayormente los que laboran en estos negocios son familiares) hace que no brinden una buena atención, generando pérdidas económicas, mala imagen y es así como la empresa se estanca (Loidí, 2019).

En Perú, el servicio incorrecto de las micro y pequeñas empresas (restaurantes) repercute que las ventas bajen y el cierre del negocio, la atención al cliente es fundamental para que los consumidores queden satisfechos y regresen nuevamente, si eso no ocurre se pierde al cliente, la ineficiencia del personal de atención al momento del contacto con el cliente, son la tardanza al entregar el producto, información inexacta, omisión del saludo, falta de repuesta, no saber escuchar, todo esto genera una mala experiencia y generalmente

piden el libro de reclamaciones. Otros no vuelven más por lo tanto provoca una mala recomendación con sus conocidos, por medio de redes sociales, lo cual genera una mala imagen y el negocio ya no tiene entradas y se va al quiebre definitivo (Ochoa, 2018).

En Ancash, la mayoría de micro y pequeñas empresas tienen un déficit en brindar un buen servicio a sus clientes, los reclamos suelen ser como; la omisión de un saludo, la poca amabilidad y no brindar una correcta información por parte de la persona que los atiende, esto genera que pierdan su potencial debido a que los consumidores ya no regresan, estos problemas ocasionan una mala reputación a consecuencia de esto provoca una pérdida económica y el cierre definitivo al poco tiempo de haber abierto su negocio (EA-RSD Noticias, 2019).

En Nuevo Chimbote, existen varias pollerías que son micro y pequeñas empresas especializadas en la preparación y venta de pollo a la brasa, las mismas que tienen obstáculos de gestión de calidad en atención al cliente. La mayoría consideran que la dificultad para implementar la gestión de calidad es por la poca iniciativa del personal, y utilizan la observación para medir el rendimiento del personal, la mayoría de representantes de estos negocios consideran que están dando un mal servicio por la mala organización de los trabajadores. Por lo anteriormente manifestado, se planteó la siguiente pregunta de investigación ¿La mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020?

Para dar respuesta a esta investigación, se planteó el siguiente objetivo general:
Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión

de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Para alcanzar con el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Este trabajo de investigación se justifica puesto que otorgará información y conocimientos fundamentales a fin de identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, situado en las pollerías de Nuevo Chimbote, de la misma manera se conocerá las características de las microempresas, por otra parte este trabajo de investigación proporciona el valor de implementar las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad, dado que al obtener la satisfacción de los clientes, los pequeños negocios logran un beneficio adicional la cual atraerá nuevos comensales, y de esa forma se incrementara las ganancias. Contribuye a que estos pequeños negocios mejoren constantemente realizando cambios en sus falencias. Asimismo, esta investigación, aporta conocimientos y sirve

como ejemplo, también como base de consulta para póstumos estudios o trabajos de investigación de mayor trascendencia.

La importancia de las micro y pequeñas empresas en los dueños; estos mencionados emprendedores crean sus negocios con el único fin de salir adelante, logrando ser su propio jefe e independientes en los laboral, obtener más conocimientos sobre el manejo de un negocio las cuales les servirán cuando tengan mayor participación en el mercado, el manejo de una buena gestión empresarial de un negocio hará que a futuro logren expandirse y posicionarse en el mercado. En la sociedad; cumplen un rol fundamental dentro de la economía de un país, son las principales fuentes que generan empleo, la mayor parte de la población labora en dichos negocios la cual contribuye a combatir el desempleo y la pobreza. En los estudiantes; contribuye emprender, tener una visión a futuro para formar un negocio propio empezar por algo pequeño para posteriormente posicionarlo en una empresa bien establecida con los conocimientos en su centro de estudios tendrán más facilidades de lograr sus objetivos.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo, fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Únicamente se observó acorde a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones. Fue transversal, porque el estudio de la investigación propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, se desarrolló en un espacio de

tiempo definido teniendo un inicio y fin concretamente el año 2020. Fue descriptivo, porque solo se describió las principales características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

A su vez para el recojo de información se utilizó una población de 55 micro y pequeñas empresas, se utilizó una muestra de 30, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, 5 de las primeras es referente a las características de los representantes de las microempresas, luego las 4 siguientes son referente a las características de las micro y pequeñas empresas, las 14 últimas son referente a las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, esto a través de la técnica de la encuesta donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 53% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 60% son del género femenino, el 50% de los representantes tienen un grado de instrucción de educación básica, el 67% de los representantes son dueños las microempresas, el 53% de representantes tienen un tiempo de 7 a más años que se desempeñan en el cargo, el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 67% de microempresas tienen de 6 a 10 empleados, el 53% de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas no son familiares, el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen como único objetivo de creación generar ganancia, el 83% de representantes si conocen el termino gestión de calidad, el 83% de encuestados conocen atención al cliente como técnica

moderna, el 60% de encuestados indican que las dificultades que impide implementar la gestión de calidad es la poca iniciativa de los empleados, el 100% aseguran que miden el rendimiento del trabajador mediante la observación, el 100% aseguran que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento de un negocio, el 100% señalan que la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos trazados por la empresa, el 80% de representantes si conocen el termino atención al cliente, el 73% de encuestados indican que si aplican la gestión de calidad en el servicio que ofrecen, el 83% de encuestados indican que si es importante el buen servicio para que este regrese, el 87% de representantes encuestados están de acuerdo que utilizan la comunicación para brindar un servicio de calidad, el 63% de encuestados concuerdan que utilizan el factor la rapidez en la entrega de los productos, el 67% de representantes encuestados indican que la atención que brindan es buena, el 60% de representantes encuestados consideran por el cual dan un mal servicio es por una mala organización de sus trabajadores, el 53% de representantes manifiestan que los resultados obtenidos de brindar un buen servicio es un incremento en sus ventas. La investigación concluye que la mayoría de los representantes si conocen el termino gestión de calidad, asimismo sostienen que la atención al cliente es la técnica moderna que más conocen y utilizan, las dificultades de sus trabajadores para implementar mejor la gestión de calidad es la poca iniciativa que demuestran en sus actividades, la técnica que más utilizan para medir el rendimiento del personal es la observación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Avilés & Cedeño (2018) en su trabajo de investigación titulado *Diseño de un modelo de gestión de calidad de servicio al cliente para el restaurante (La Finquita)*, tiene 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. La metodología utilizada fue: descriptiva y correlacional. Obteniendo los siguientes resultados: el 35% de las personas entrevistadas tienen de 21 a 30 años, el 62% de la muestra encuestada son mujeres, el 45.5% de la muestra encuestada han asistido 4 veces o más, el 58.7% de los encuestados se enteraron de servicios porque se encontraban cerca del establecimiento, 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 ya que muchos afirmaron que es más rápido tomar una decisión, El 94.3% indicaron que el servicio es rápido, el 62.6% de los encuestados calificaron el trato de los empleados como excelente, El 98.4% de los individuos encuestados señalaron que recomendarían el establecimiento a sus amigos y familiares. Se llegó a las siguientes conclusiones: El cliente potencial del comedor suele ser en su mayoría mujeres jóvenes que asisten a comer más que todo a la hora del almuerzo, debido a que se encuentran asiladas en el hospital del Niño “Roberto Gilbert” ubicado en la Atarazana en la ciudad de Guayaquil o en su mayoría tienen familiares cercanos internados allí y Se demostró en base a los resultados de las encuestas de servicio al cliente, que el restaurante “La

Finquita” no posee de un reconocimiento general por parte de los comensales al momento de identificar el nombre del local, también la falta de buenas relaciones entre los trabajadores y los gerentes en el tiempo de desarrollar las labores diarias, asimismo la preferencia de los demandantes de comida por un precio de almuerzo entre 2.50 a 3.00 dólares y no menos importante los desperdicios de alimentos debido a que no logran ser vendidos.

Del Cid (2018) en su investigación *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza burger diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa*, tiene como objetivo general determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante de comida rápida Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del Departamento de Zacapa. La metodología empleada fue: la investigación es de tipo descriptiva. Obteniendo los siguientes resultados: el 64% de los 361 clientes encuestados son hombres, el 30% de encuestados tienen edad de 34 a 41 años, el 31% fueron comerciantes, el 71% visitan el restaurante 1 vez al mes, el 56% de los encuestados respondió que la prontitud en que fue tomada su orden fue excelente, el 52% de los encuestados califican como excelente el trato, el 43% califica de excelente la rapidez del servicio, el 86% de los clientes están satisfechos con la atención recibida por el personal, el 89% de encuestados no ha realizado quejas ni reclamos, El 40% de los encuestados califica las instalaciones del restaurante como buenas, la mayoría de los clientes (37%) califican la temperatura ambiente de las instalaciones del restaurante como regulares, el 58% los clientes manifestaron que la información que contiene la carta del menú es buena, el 55% los encuestados respondieron que la disponibilidad de mesa en el restaurante es

buena, el 38% reportaron que la higiene y condiciones en que se encuentran los baños son regulares, el (62%) consideran como buena la decoración del restaurante, el 51% indicó que la comodidad del mobiliario es buena, el 30% de los clientes califican el área de juegos de restaurante como malos, el 61% manifestó que la limpieza de las instalaciones del restaurante es buena, el 36% de los encuestados opinan que la disponibilidad del parqueo es mala, el 52% califica los alimentos y bebidas que ofrece el restaurante como buenos, el 64% de los clientes considera que el restaurante está cumpliendo con sus expectativas. Se llegó a las siguientes conclusiones: Los clientes perciben la calidad de los servicios como buenos o aceptables, estando satisfechos con la mayoría excepto con la temperatura ambiente, área de juegos, servicio de baños, la disponibilidad y condiciones del parqueo, siendo calificados de regular y malos. En su mayoría, los clientes califican de regular y malo la temperatura ambiente, área de juegos, servicio de baños, la disponibilidad y condiciones del parqueo, encontrando insatisfacción en estos servicios. El restaurante está cumpliendo las expectativas de los clientes en rapidez, amabilidad y cortesía.

Villalba (2016) en su investigación *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*, tiene 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. La metodología utilizada fue: descriptiva y técnicas de investigación. Obteniendo los siguientes resultados: el 38% de los 114 encuestados, está de acuerdo en que el personal fue amable y respetuoso, el 38% está de acuerdo, el 33% de las personas encuestadas, están de acuerdo en que el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado,

el 24% está de acuerdo con el tiempo de servicio, el 60% del total de los encuestados está satisfecho dentro de la organización, En cuanto a las funciones y responsabilidades el 50% tiene muy en claro cuáles son sus funciones, en cuanto al sentimiento de motivación, el 48% se encuentra medianamente satisfecho, 38% se encuentra medianamente satisfecho recibiendo capacitaciones para mejorar su trabajo en atención al cliente, el 64% considera que reciben capacitaciones 2 veces al año. Finalmente se llegó a las siguientes conclusiones: la mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente. En cuanto al ambiente laboral, se pudo constatar que los colaboradores tienen claras sus funciones y responsabilidades, sin embargo, se sienten desmotivados por la falta de entrenamiento y capacitaciones, lo cual es considerado como un impedimento para crecer profesionalmente dentro de la organización.

Antecedentes nacionales

Samanez (2019) en su trabajo de investigación titulado *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Sayan, provincia de Huaura, Año 2019*, tiene como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro

restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. Se empleó la siguiente metodología: la investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo y diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo. Obteniendo los siguientes resultados: el 64% tienen una edad de entre 31 a 50 años, el 77% de los encuestados son del sexo masculino, el 37% cuentan con el grado de instrucción técnica, el 50% de los micros y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores, el 73% de las mypes son formales y el 27% son formales, el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el rubro, el 70% manifestó que no aplica una Gestión de Calidad, el 37% manifiesta que no usa ninguna técnica de gestión, el 53% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad los precios bajos, el 37% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad, el 40% de las micro y pequeñas empresas al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos, el 53% de las micro y pequeñas empresas no capacitan a sus colaboradores en atención al cliente, el 57% de las micro y pequeñas empresas no se adecua a ningún factor externo cambiante, el 44% manifestaron que una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio. Se llegó a las siguientes conclusiones: el 63% tienen una edad de entre 31 a 50 años, en cuanto al género se obtuvo que el 77% de los encuestados es masculino, con relación al grado de Instrucción se obtuvo que el 37% tiene el grado de instrucción técnica. En cuanto al número de trabajadores el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores. En cuanto a la situación legal de los restaurantes el 73% de las Mypes son formales. Con relación al tiempo de permanencia en el rubro se obtuvo que el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el mercado. En cuanto a que si están aplicando una Gestión de Calidad se obtuvo que el 70% no aplica una Gestión de Calidad. Con respecto al uso de las técnicas de Gestión de Calidad se obtuvo que el 37%

no usa ninguna técnica de gestión, Con respecto a las prioridades para determinar la calidad de su empresa el 53% tienen como prioridad los precios bajos. En relación a la prioridad ante los clientes el 37% tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad. En cuanto al momento de contratar al personal el 40% al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos. Con respecto al tiempo de capacitación que brinda a sus colaboradores en atención al cliente el 53% no capacitan a sus colaboradores. Con relación a que factores cambiantes se adecuan a su negocio el 57% no se adecua a ningún factor externo cambiante. En cuanto a la contribución de una buena atención de calidad el 43% cree que una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio.

Villacorta (2019) en su investigación *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Urbanización los jardines, Trujillo 2018*, tiene como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Se empleó la siguiente metodología: el diseño es no experimental, transversal y descriptivo. Obteniendo los siguientes resultados: el 55% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 64% de los representantes de las Mypes encuestadas son de género masculino, el 55% de los representantes encuestados tienen grado de instrucción superior universitario, el 82% encuestadas son dueños, el 45% de los representantes de las Mypes encuestados tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo, el 55% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que la

permanencia de la empresa en el mercado es de más de 7 años, el 91% de los empresarios de las Mypes encuestadas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 82% de los representantes de las Mypes encuestadas nos dicen que las personas que trabajan no son familiares, el 100% de los representantes encuestados manifiestan que el motivo de creación de las Mypes es para generar ganancias, el 45% si tienen cierto conocimiento del termino gestión de calidad, el 100% de los representantes de las Mypes encuestadas conocen la atención al cliente, El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que las dificultades de los trabajadores no se adaptan a los cambios, el 82% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que para medir el rendimiento del personal lo hacen a través de la observación, el 100% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, el 100% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad si permite que la empresa alcance los objetivos y metas de la empresa, el 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el termino atención al cliente, el 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente, el 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente que regrese, el 64% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación como la mejor herramienta para brindar un buen servicio, el 55% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que el principal factor que utilizan en la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de los productos, el 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que han brindado una buena atención al cliente, el 73% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que la mala atención se da por una mala organización de los trabajadores, el 36% de los representantes de las Mypes nos dicen que los clientes están satisfechos. Se llegó a las siguientes conclusiones: Los empresarios si

conocen gestión de calidad y atención cliente. La mayoría (55%) tienen 31 a 50 años de edad. La mayoría (65%) es de género masculino. La mayoría (55%) tienen grado de instrucción superior. La mayoría (82%) son dueños. La mayoría simple (54%) tienen más de 7 años en el cargo. La mayoría (55%) de las Mypes permanecen más de 7 años en el mercado. La mayoría (91%) tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría (82%) son personas no familiares. La totalidad (100%) de las Mypes son creadas para generar dinero. La mayoría simple (45%) conocen el término gestión de calidad a la misma vez el (45%) tienen cierto conocimiento de gestión de calidad. La totalidad (100%) conoce lo que es atención al cliente. La mayoría (82%) tienen dificultades de los trabajadores que no se adaptan a los cambios. La mayoría (82%) miden el rendimiento a través de la observación. La totalidad (100%) contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad. La totalidad (100%) de la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa. La mayoría (64%) conocen atención al cliente. La totalidad (100%) aplica la gestión de calidad en la atención al cliente. La mayoría (92%) fundamental la atención al cliente para que regrese. La mayoría (64%) utiliza la comunicación. La mayoría (55%) tiene rapidez en la entrega del producto. El (82%) brinda una buena atención al cliente. La mayoría (63%) una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores. La mayoría (36%) de los clientes están satisfechos igual manera El 68.75 % de representantes de las MYPE encuestadas cuentan.

Ponce (2018) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017*, tiene como objetivo

general describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017. La metodología empleada fue: de diseño no experimental - transversal y descriptivo. Se obtuvo los siguientes resultados: El 68.75 % de representantes de las MYPE encuestadas cuentan con edades entre 31-50 años de edad. El 62.15 % de representantes de las MYPE encuestadas son de género femenino. El 43.75% de representantes de la MYPE tienen un grado de instrucción a nivel de estudios secundarios. El 50.00 % de las MYPE tienen de 1 a 5 trabajadores. El 81.25% si están aplicando una gestión de calidad. El 56.25% de MYPES manifiesta que utiliza la mejora continua como técnica de gestión en sus negocios. El 56.25% consideran como prioridad la calidad del producto para determinar la calidad dentro de sus negocios. El 43.75% de las MYPE tienen como prioridad ante sus clientes la amabilidad y buen trato. El 75% de las MYPE al contratar personal buscan personas competitivas. El 93.75% de las MYPE no realiza capacitación sobre atención al cliente en las MYPE. El 68.75% señala que una atención de calidad en las MYPE contribuye en el aumento de ventas para el negocio. El 56.25% de las MYPE considera que tiene un buen clima laboral en su empresa. Finalmente se llegó a las siguientes conclusiones: En cuando a la Gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, se llega a la conclusión que los empresarios aplican la gestión de calidad en las empresas y consideran la atención al cliente como prioridad para alcanzar los objetivos de la empresa. En cuanto a las características de la gestión de calidad de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, se llega a la conclusión que las MYPE en su mayoría el 81.25% aplican una gestión de calidad en sus empresas,

el 56.25% utiliza como técnica moderna de gestión empresarial la mejora continua, el 56.25% considera la calidad del producto como prioridad para determinar la calidad en sus empresas. En cuanto a las características de la atención al cliente, de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna se llega a la conclusión que la mayoría de las MYPE el 43.75% aplican la amabilidad y buen trato como prioridad en la atención de calidad, el 75% toma en cuenta la competitividad de la persona al momento de contratar personal, el 93.75% no capacita a sus trabajadores en atención al cliente, el 68.75% considera que una atención de calidad contribuye en el aumento de las ventas en las MYPE.

Antecedentes Locales

Botello (2019) en su investigación *Gestión de calidad en la mejora continua de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental de la avenida pacifico. Del distrito de Nuevo Chimbote, 2016*, tiene como objetivo general Determinar las principales características de la gestión de calidad en la mejora continua de las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro comida oriental de la Av. Pacifico del distrito de Nuevo Chimbote, 2016. La metodología utilizada fue: de diseño no experimental – transversal – descriptivo. Obteniendo los siguientes resultados: El 65,2% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, tienen una edad de 31 a 50 años. El 60,9% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. El 34,8% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tiene un grado de instrucción superior universitaria. El 73,9% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas son los dueños del negocio. El

47,8% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de 7 años a más desempeñándose en el cargo. El 52,2% de las micro y pequeñas manifiestan que fueron creadas por oportunidad. El 39,1% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que tienen más de 11 años de permanencia en el rubro. El 43,5% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que tienen más de 11 trabajadores en su negocio. El 69,6% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que el personal que labora no son familiares. El 43,5% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que tienen poco conocimiento con respecto al termino gestión de calidad. El 26,1% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que aplica el Marketing. El 47,8% de las micro y pequeñas empresas manifiesta que presenta dificultades como el aprendizaje lento. El

34,8% de las micro y pequeñas empresas emplean la observación como técnica para medir el rendimiento de su personal. El 73,9% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si contribuye a la mejora de su empresa. El 60,9% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que aplicar siempre la mejora continua es importante para la empresa. El 52,2% de las micro y pequeñas empresas manifiesta que siempre realizan toma de decisiones hacia la mejora continua. El 39,1% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que las herramientas, maquinarias y recursos humanos siempre son parte de una mejora continua. Se llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de las micro y pequeñas empresas están siendo gestionadas por personas que tienen una edad que fluctúa entre los 31 a 50 años, son de sexo masculino, son los dueños del negocio. La minoría tiene más de 7 años de permanencia en el cargo y tienen grado de instrucción superior universitaria. Las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro comida oriental de la Av. Pacifico del distrito de Nuevo Chimbote, 2016, son de nivel micro

empresa, del mismo modo fueron creadas por oportunidad, tienen más de 11 años de permanencia en el mercado, cuentan con más de 11 trabajadores y tienen a personas que no son familiares laborando en sus negocios. Las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro comida oriental de la Av. Pacifico del distrito de Nuevo Chimbote, 2016, tienen poco conocimiento con respecto a la gestión de calidad, emplean técnicas modernas como el Marketing y el Planeamiento Estratégico, a su vez sus trabajadores tienen aprendizaje lento para la implementación de calidad, del mismo modo emplean la observación para medir su rendimiento, y aseguran que la gestión de calidad si contribuye a la mejora de su empresa. Por otro lado, la mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas consideran que aplicar la mejora continua es importante para su empresa, del mismo modo realizan toma de decisiones orientados hacia la mejora continua y consideran que las herramientas, maquinaria y recursos humanos forman parte de la mejora continua.

Bueno (2019) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, Sector servicio, rubro restaurantes en la URB. 21 de abril, Chimbote, 2016*, tiene como objetivo general Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb.

21 de abril. Chimbote, 2016. La metodología utilizada fue: la investigación fue de diseño no experimental – transversal. Obteniendo los siguientes resultados: el 62,5% tienen entre 31 a 50 años de edad, el 50,0% son de género femenino, el 50,0% tiene grado de instrucción secundaria, el 75,0% de los representantes son los dueños, el 50.0% de los representantes tienen en el cargo entre 4 a 6 años, el 62.5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro entre 4 a 6 años, el 62.5% de las Micro y pequeñas empresas

cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores, el 87.5% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando, el 62.5% de las Micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias, el 62.5% de los representantes no conoce el término gestión de calidad, el 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión, el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, el 87.5% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, el 62.5% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, el 62.5% de los representantes conocen el término atención al cliente, el 62.5% de los representantes aseguran que a veces aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan, el 50.0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, el 50.0% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, el 50.0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio la atención personalizada, el 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena, el 51% reconoce que esta brindado una mala atención por no contar con suficiente personal, el 37.5% de los representantes ha logrado obtener fidelidad de los clientes. Se llegó a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes son personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo existe igualdad en el porcentaje de ambos géneros masculino y femenino, cuentan con un grado de instrucción de estudios secundarios completos, presentan el cargo dueños y finalmente llevan en el cargo de 4 a 6 años. El tiempo de permanencia en el rubro de las Micro y pequeñas empresas es de 4 a 6 años, cuentan con un número de trabajadores 1 a

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

Fernández (2019) en su investigación *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. el Progreso, Chimbote, 2017*, tiene como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017. La metodología utilizada fue no experimental–transversal. Obteniendo los siguientes resultados: el 50% de representantes de M Y P E tiene entre 31 a 50 años, el 80% de representantes de MYPES son de género femenino, el 70% de representantes de MYPES tienen grado de instrucción secundaria, el 80% de representantes de MYPES se desempeñan en el cargo como dueños, el 40% de representantes de MYPES se desempeñan en el cargo de 7 años a más, el 40% de representantes de MYPE tienen de permanencia en el rubro de 7 años a

más, el 100% de representantes de MYPES tienen de uno (1) a cinco (5) trabajadores, el 70% de representantes de MYPES son familiares, el 100% de representantes de MYPES tienen como objetivo de la creación el generar ganancia, el 100% de representantes de MYPES conoce el término gestión de calidad, el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican el liderazgo como técnica moderna, el 100% de representantes de MYPES utiliza la técnica de la observación como medición del rendimiento del personal, el 100% de representantes de MYPES indicaron que la gestión de la calidad mejora la productividad de un negocio, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, el 100 % de Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas conocen el vocablo atención al cliente, el 100% de representantes de M Y P E S aplica el sistema de gestión de la calidad en los servicios que brinda a su clientela, el 100% de los representantes de las MYPE manifiesta que, es fundamental brindar buena atención a los clientes para que éste regrese a la empresa, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la atención que brinda al cliente es buena, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que brindan una buena atención al cliente, el 100% de Representantes de las M Y P E S cree que una buena gestión eficaz de las quejas y reclamos permite afianzar una buena relación con el cliente, el 100% de los representantes de las M Y P E admiten que brindar un excelente servicio al cliente permite el posicionamiento y crecimiento de su establecimiento en el mercado. Se llegó a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes de las MYPE que participaron en el estudio, tienen como representantes a los propios dueños, dirigidas por mujeres que desempeñan el cargo más de 7 años, así

mismo, son personas adultas que tienen de 31 a 50 años y tienen grado de instrucción secundaria. La totalidad de representantes de las MYPE, tuvieron como objetivo de creación el generar ganancias, tiene de 1 a 5 trabajadores y las personas que laboran en su empresa son familiares; asimismo, la mayoría relativa llevan en el rubro de siete (7) años a más. La totalidad de los representantes de las MYPE, tienen conocimiento del término gestión de calidad, manifiestan que aquello, mejora el rendimiento del negocio, asimismo, indican que ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, así mismo la mayoría conoce de técnicas de medición del rendimiento tales como la observación y la mayoría relativa conoce de liderazgo como técnica moderna de la gestión de calidad, del mismo modo la totalidad conoce el término atención al cliente y vienen aplicando el sistema de gestión de calidad en la atención que brindan a sus clientes, creen que brindar una excelente atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, así también creen que la empresa es eficaz cuando atiende y da solución oportuna a los reclamos de los clientes; además consideran que están brindando una buena atención al cliente y manifiestan que brindan una excelente calidad de servicio a sus clientes.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Micro y pequeñas empresas

Las pequeñas empresas son instituciones económicas formadas por un individuo normal o legal tal como algún sistema de organización o administración corporativa considerada en la jurisprudencia que está vigente, que tiene como único fin desenvolver diferentes acciones o movimientos de situación, transformación de cambiar un producto por algo nuevo, producción como la fabricación de un producto mediante el trabajo, dar

un producto para su venta de bienes o atención al cliente, estas etapas forman parte del proceso productivo. En el momento que esta ley hace referencias a las iniciales de MYPE, se refiere a los negocios familiares por lo que se puede contener tamaño y peculiaridad particular, sostienen el mismo tratamiento en la ley vigente con alguna particularidad a la normativa del régimen laboral que es la ampliación o incremento de las pequeñas empresas (Ley. 28015, 2003).

Características

Los pequeños negocios familiares deben tener las siguientes características; la cifra total de sus colaboradores en las pequeñas empresas por lo general emplea de 1 trabajador hasta 10 máximo, esto debido a que son negocios pequeños y sus recursos son limitados por lo tanto no pueden contar con más trabajadores en sus establecimientos ya que no les alcanza el presupuesto. Otra característica fundamental es sobre las ventas anuales; el monto máximo que pueden alcanzar es de 150 unidades impositivas tributarias (UIT) anuales, entonces una UIT tiene un costo de s/4200 multiplicado por 150 el resultado equivale a 63000, eso significa que una microempresa no puede pasar mencionado monto, si eso sucede ya no sería considerada un pequeño negocio (Ley. 30056, 2013).

Gestión de calidad

Gestión de calidad es un conjunto de actividades que tiene como objetivo en mejorar todos los procesos y responsabilidades, los cuales se ejercen mediante una planificación, control, aseguramiento y mejora de la calidad. Este sistema sirve para que

las organizaciones identifiquen las necesidades de sus clientes y definir un proceso por el cual acepten sus productos y así mantener todo bajo control, lo que genera que la empresa sienta confianza al vender un producto y el cliente al comprarlo. Al implementar este sistema los resultados son favorables debido a que toda empresa necesita de una buena planificación para obtener éxito (Cortes, 2017).

Importancia de la gestión de calidad

La importancia de este sistema es que permite a las organizaciones servicios de calidad al cliente mediante técnicas, usar e implementar tecnologías que beneficien la mejora continua del servicio y de esa manera la empresa logre posicionarse en el mercado y poder contar con trabajadores especializados para que puedan desarrollar sus actividades de la forma más eficiente. En tanto los directivos y trabajadores tienen que conocer los distintos métodos o técnicas de gestión que benefician positivamente al manejo y desarrollo de la empresa, es fundamental el trabajo que realizan los empleados debido a que son el pilar principal de una organización, implementar las técnicas de gestión hace que la entidad sea más competitiva, eficiente, efectiva y se diferencie de su competencia (Gonzales, 2017).

Beneficios de implementar la gestión de calidad

Proporciona aumenta la satisfacción del cliente; contribuye a que una organización planifique sus actividades de acuerdo a las necesidades de ellos para brindar un buen servicio o producto de calidad logrando así la satisfacción. Disminuir la variabilidad en los procesos; hacer mejoras en los productos o servicios para cumplir con las expectativas

del cliente. Ayuda a reducir costes y desperdicios; tener un mejor control del manejo de la organización detectando oportunidades para una mejora continua y corrigiendo dificultades ahorrando así muchos recursos innecesarios. Mejor rentabilidad; ayuda a que los clientes estén satisfechos y consuman con más frecuencia, lograr la fidelización y generar más porcentaje en ganancias, lo cual será positivo a que la empresa se posicione en el mercado (Carreño & Camacho, 2016).

Enfoques del sistema gestión de calidad

Existen tres enfoques los cuales abordan los temas como las organizaciones deben manejarse y utilizar los sistemas de gestión de calidad. Consultoría; en este enfoque es donde las organizaciones implementan las normas, los sistemas de procedimiento y los diferentes instrumentos sugeridos por los especialistas de calidad quienes son los que manejan el funcionamiento de cada negocio. Normalización; de acuerdo a este enfoque las entidades optan por seguir un modelo de las normas establecidas por ISO 9001, conocida internacionalmente por implementar reglas de una mejor gestión de calidad, gran parte de empresas siguen este modelo para mejorar la organización y servicio dado. Modelos; en dicho enfoque sobresale la calidad del producto o servicio dado de cada entidad (Grijalbo, 2017).

Atención al cliente

La atención al cliente es el servicio dado por una organización con la finalidad de relacionarse con el cliente y conocer cuáles son sus exigencias, es una herramienta que sirve para interactuar y establecer una comunicación, mediante el cual se da la información

indicada sobre el producto o servicio que se requiera. El personal encargado son los indicados de entablar contacto para brindar un adecuado trato y solucionar algún inconveniente que conlleve que el cliente se sienta cómodo, todos los involucrados deben trabajar en conjunto para que el resultado sea favorable teniendo como único fin la satisfacción del cliente (Arenal, 2017).

Características de la atención al cliente

Disposición previa; la comunicación adecuada es fundamental durante el contacto directo, lo cual proporciona una relación positiva durante el tiempo de servicio. Respeto y amabilidad; al momento de dar la información la cual debe ser exacta y entendible, omitir comentarios o frases fuera de contexto, ser cortés y cordial en todo momento, siempre mantener el contacto visual para una comunicación entendible, comodidad y rapidez en la entrega de los productos y así regresen nuevamente, capacidad de dar una respuesta en el momento oportuno (Arenal, 2019).

Importancia de la atención al cliente

Los clientes son el eje de una organización los cuales tienen el poder de decisión y cada vez son más exigentes, es por ello que la empresa recauda información sobre cuáles son sus necesidades. El brindar una buena atención es el principal objetivo de las organizaciones, de esa forma se obtendrán nuevos clientes y se mantendrán a los antiguos, es por eso que se debe capacitar al personal encargado para dar un trato personalizado, buena disposición y un servicio rápido para la satisfacción del cliente, lo que generará nuevas oportunidades mediante sus recomendaciones (Mateos, 2019).

Beneficios que se puede obtener al lograr la satisfacción del cliente

La lealtad por parte del cliente; hace referencia directa con la fidelización ya que origina que regresen nuevamente si se cumple con la rapidez en la entrega de sus productos esto reducirá el estrés e incomodidad de espera y el cliente valora el esfuerzo hecho, cumplir con las expectativas de la información brindada y atendiendo los reclamos oportunamente dando soluciones. Difundir y recomendar gratuitamente su buena experiencia ya sea con sus familiares, conocidos, y de esa manera atraer nuevos clientes esto conlleva que el negocio se más conocido y frecuentado. El posicionamiento de la empresa; la preferencia y confianza ayuda a que la organización gane mayor participación en el mercado y tenga más ventajas de su competencia (Izquierdo, 2019).

Como brindar información al cliente

Existen diferentes formas de brindar información a los clientes utilizando métodos estratégicos para ganar su preferencia, mediante anuncios publicitarios como; carteles, publicidad virtual, publicidad comercial dando conocer sus productos y ofrecer promociones, empatía siempre escuchar cuales son sus exigencias y necesidades y se respetuosos, la comunicación con el cliente es el trato personal mediante un mensaje, brindando información de la empresa a sus consumidores, pero la información también puede ser de lo contrario cuando un cliente presenta una queja o reclamo la organización obtiene un fundamento que puede mejorar el porqué del reclamo, mayormente las quejas son las que se manifiestan por que no están satisfechos por el servicio brindado esto es algo negativo para la organización, pero que se puede mejorar corrigiendo el error; es por

eso que la información dada debe ser correcta y concisa para que no ocurra este tipo de reclamos y la amabilidad que es la base de un buen servicio (Gago, 2017).

Calidad de servicio

Hace referencia al buen servicio dado, empleando una buena comunicación entre los individuos que se encuentren en contacto, brindándoles confianza para resolver las dudas presentes y comprender mejor cuáles son sus necesidades, por lo cual es fundamental capacitación del personal de atención para captar y mejorar el servicio y la retroalimentación por si quedo dudas (Mateos, 2019).

Satisfacción de cliente

Es una respuesta positiva de los clientes al llegar cumplir con sus expectativas por medio de un buen producto o servicio brindado, mediante una atención personalizada pensando siempre como el cliente por medio de un trato adecuado y realista, lo cual es favorable para las empresas porque el consumidor considera haber obtenido los resultados esperados, por lo tanto, el haber quedado satisfecho el cliente hace que las organizaciones cumplan con sus objetivos establecidos (Rumin, 2019).

Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas. Son negocios familiares que son creadas por personas emprendedoras que quieren salir adelante estableciendo su propia empresa para tener una mejor posición económica, ya que un negocio bien formado genera rentabilidad, los locales de operación generalmente son pequeños por lo que requieren de 4 a 8 trabajadores, la mayoría de su entorno familiar, la administración está a cargo de sus dueños ya que son negocios pequeños y disponen de recursos limitados, la mayor parte de estas pequeñas empresas son las que brindan empleo a personas que no tuvieron la oportunidad de estudiar, ayudan a combatir la pobreza generando empleo, aportan en gran parte al crecimiento económico.

Gestión de calidad. Cumple un rol fundamental durante la prestación de servicio, es la satisfacción y la respuesta del cliente ya que está dirigido a la mejora de la conducta personal brindada, esto hace que las organizaciones definan su diferencia con su competencia esto está relacionado con el capital humano dentro de una organización, unos trabajadores comprometidos, consientes que su trabajo es primordial destacan ventajas competitivas para favorecer una empresa, la calidad de servicio que brindan debe garantizar la fidelización del cliente.

Atención al cliente. Es el servicio brindado por una persona perteneciente a una empresa para generar ventas, rentabilidad y así poder mantenerse en el mercado e ir creciendo con el pasar del tiempo, es esencial el servicio dado al público porque de eso depende la economía de una organización de como estén capacitados su personal para dar un buen trato al cliente, mayormente los trabajadores son los responsables del prestigio de

una organización ya que son los encargados de tener contacto directo con el consumidor o en otros casos es la empresa de acuerdo a la calidad del producto.

III. HIPÓTESIS

El presente trabajo de investigación Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020: no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Para la elaboración del siguiente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo.

Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Únicamente se observó acorde a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal, porque el estudio de la investigación propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, se desarrolló en un espacio de tiempo definido teniendo un inicio y fin concretamente el año 2020.

Fue descriptivo, por qué solo se describió las principales características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y las características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

4.2 Población y muestra

Población

Se utilizó una población de 55 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo, se evaluó personalmente a las microempresas (Ver anexo 3).

Muestra

Se utilizó una muestra de 30 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. La muestra obtenida fue por conveniencia, debido a que solo la cantidad establecida acepto participar en la investigación sin ningún inconveniente, se aplicó a los 30 representantes de las microempresas para la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad.

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Gestión (2020) Son personas emprendedoras que forman sus negocios familiares son la finalidad de mejorar su calidad de vida y ser independientes, lo cual les permite acceder	Son individuos de diferentes edades, pueden ser de diferentes géneros, algunos tienen un grado de instrucción básica otros técnicos	Edad	-18-30 años -31-50 años -51 a más años	Razón
			Genero	-Masculino -Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	-Educación básica -Superior no universitaria -Superior universitaria	Ordinal
			Cargo que desempeña	-Dueño -Administrador	

	a más oportunidades.	superiores que ocupan un cargo mayor que los demás.	Tiempo que desempeña en el cargo	-0 a 3 años -4 a 6 años -7 a más años	Razón
--	----------------------	---	----------------------------------	---	-------

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Características de las Micro y pequeñas empresas	Guzmán (2018) Son unidades de negocios familiares liderados por emprendedores, las cuales contribuyen a generar empleo, inclusión y aportar a la economía del país.	Son pequeñas empresas que se crearon con el objetivo de generar ganancias y llevan muchos años en el rubro cuentan con un máximo número de 10 trabajadores, el personal que labora en la empresa en algunos casos son familiares como en otros no.	Tiempo de permanencia de las microempresas	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a mas	Razón
			Número de trabajadores	-1 a 5 trabajadores -6 a 10 trabajadores -11 a más trabajadores	
			Personas que trabajan en las microempresas	-Familiares -Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de creación	-Generar ganancia -subsistencia	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad	Gil (2020) Es la actividad de servicio que brindan las empresas para identificar las necesidades y	La calidad de un buen servicio es cuando el personal de atención demuestra actitudes y brinda	Calidad del servicio	-Cortesía -Confianza - Retroalimentación	Nominal
			Métodos estratégicos para brindar información	-Empatía -Comunicación -Amabilidad	

	conseguir su fidelización de sus consumidores y así promover una gestión de calidad.	respuestas adecuadas al cliente para así lograr su comodidad y satisfacción	Capacidad de respuesta	-Oportuno -Eficiente -De manera rápida
			Satisfacción al cliente	-Buen trato -Atención personalizada -Consideración
			Fidelización	-Rapidez en la entrega de productos -Cumplir sus expectativas -Atender los reclamos

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó en el recojo de información fue la encuesta, la cual estuvo dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

El instrumento que se utilizó es el cuestionario elaborado con 23 preguntas dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas, y para la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad. Las 5 primeras estuvieron dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes estuvieron dirigidas a las características de las micro y pequeñas empresas, los siguientes 14 restantes estaban referidas a la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad (Ver Anexo 5).

4.5 Plan de análisis

	<p>Chimbote, 2020.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. - Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. - Determinar las características de la atención al 		<p>e a las microempresas.</p> <p>Se utilizó una muestra de 30 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. La muestra obtenida fue por conveniencia, debido a que solo la cantidad establecida acepto participar en la investigación. Utilicé una muestra de 30 mypes para el estudio de investigación, ya que no tenían ningún inconveniente.</p>	<p>Chimbote, 2020. Únicamente se observó acorde a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones. Fue transversal, porque el estudio de la investigación propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, se desarrolló en un espacio de tiempo definido teniendo un inicio y fin concretamente el año 2020. Fue descriptivo, por qué solo se describió las principales características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y las características</p>	
--	--	--	---	--	--

	<p>cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.</p> <p>-Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.</p>			<p>de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.</p>	
--	--	--	--	--	--

4.7 Principios éticos

Principio de protección a las personas: se protegió debidamente a los representantes que participaron en la investigación, respetando su privacidad e identidad al no revelar públicamente su número de teléfono, nombre, dirección de domicilio, se escuchó y respeto sus opiniones, informó debidamente sobre el uso y destino de los datos obtenidos que brindaron mediante el consentimiento informado los cuales fueron usados para la ejecución de la investigación (Ver anexo 04).

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: se minimizo el uso del papel para reducir la cantidad de árboles que se tiene que talar para fabricarlos, se utilizó papel reciclable para el desarrollo de las encuestas, también para los apuntes hechos en clase y también se ahorró papel para la revisión del trabajo de investigación ya que se hizo de manera virtual, la laptop se apagó cuando no se utilizó, se desconectó de la fuente de energía cuando ya estaba cargada, no se usó de manera innecesaria e irresponsable y de esa forma se protegió y cuido el medio ambiente (Ver anexo 04).

Libre participación y derecho a estar informado: se dio a conocer cuál era el propósito de la investigación, luego se procedió dando lectura del consentimiento informado donde ellos dieron su aprobación mediante una firma, se resolvió las dudas que tenían, se aplicó el cuestionario elaborado con 23 preguntas relacionadas a las características como representantes, características de las micro y pequeñas empresas, atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad (Ver anexo 04).

Beneficencia y no maleficencia: se les aclaró a los representantes que participaron cuál era la importancia de su opinión, con sus aportes brindados mediante la encuesta, también que no les causaría ningún daño que pueda perjudicarlos con respecto a ellos mismos y a su clientela, de igual manera se esperó el tiempo libre que disponían para no incomodar o causarles molestias, y así se evitó malos entendidos (Ver anexo 04).

Justicia: En todo momento de la investigación se dio un trato cordial, razonable, la conducta del investigador fue igual para todos los participantes destacando la importancia de sus aportes, explicándoles para que las preguntas sean más entendibles y ellos puedan tener claridad al momento de responder. Y esto conllevó a que participen voluntariamente (Ver anexo 04).

Integridad científica: se les informó a los representantes que la información que ellos otorgaron lo podrían encontrar dentro del contenido del trabajo de investigación y serán publicados sin ser revelados específicamente sus datos personales, el consentimiento informado está validado por la línea de investigación de la universidad, si algún momento tenían alguna duda podrían escribir al correo o teléfono del docente tutor que estaba en el documento (Ver anexo 04).

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Datos generales	n	%
Edad		
18 – 30 años	8	27.00
31 – 50 años	16	53.00
51 a más años	6	20.00
Total	30	100.00
Genero		
Masculino	12	40.00
Femenino	18	60.00
Total	30	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	15	50.00
Superior no universitaria	5	17.00
Superior universitaria	10	33.00
Total	30	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	20	67.00
Administrador	10	33.00
Total	30	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	6	20.00
4 a 6 años	8	27.00
7 a más años	16	53.00
Total	30	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Características de las micro y pequeñas empresas	n	%
Tiempo de permanencia de las microempresas		
0 a 3 años	7	23.00
4 a 6 años	8	27.00
7 a más años	15	50.00
Total	30	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	33.00
6 a 10 trabajadores	20	67.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	30	100.00
Personas que trabajan en las microempresas		
Familiares	14	47.00
Personas no familiares	16	53.00
Total	30	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	30	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	30	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad	n	%
Conoce el termino gestión de calidad		
Si	25	83.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	5	17.00
Total	30	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad que aplica		
Benchmarking	5	17.00
Atención al cliente	25	83.00
Empowerment	0	0.00
La 5 s	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	30	100.00
Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad		
Poca iniciativa	18	60.00
Aprendizaje lento	5	17.00
No se adapta a los cambios	7	23.00
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	30	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	30	100.00
La evaluación	0	0.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	30	100.00
La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	30	100.00
No	0	0.00
Total	30	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

La atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad	n	%
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa		
Si	30	100.00
No	0	0.00
Total	30	100.00
Conoce el termino atención al cliente		
Si	24	80.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	6	20.00
Total	30	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda		
Si	22	73.00
No	0	0.00
A veces	8	27.00
Total	30	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese		
Si	30	100.00
No	0	0.00
Total	30	100.00
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	26	87.00
Confianza	4	13.00
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	30	100.00
Principales factores que para la calidad al servicio que brinda		
Atención personalizada	5	17.00
Rapidez en la entrega de los productos	19	63.00
Las instalaciones	6	20.00
Total	30	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

	n	Concluye %
Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad		
La atención que brinda a los clientes		
Buena	20	67.00
Regular	10	33.00
Mala	0	0.00
Total	30	100.00
Porque considera que está dando una mala atención		
No tiene suficiente personal	4	13.00
Por una mala organización de los trabajadores	18	60.00
Si brindan una buena atención	8	27.00
Total	30	100.00
Resultados obtenidos brindando una buena atención		
Clientes satisfechos	8	27.00
Fidelización de los clientes	6	20.00
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incremento en las ventas	16	53.00
Total	30	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Tabla 4

Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Problema	Causa	Solución- Aplicación de mejora	Responsable
Poca iniciativa de los trabajadores	Mal clima laboral. Remuneración insuficiente. Estrés laboral.	-Crear un ambiente de apoyo hacia ellos demostrando preocupación en general, formando una relación de confianza y respeto. -Incentivar con bonos extras por días festivos /feriados y por las horas extras de trabajo. -Flexibilidad en el trabajo que les permita equilibrar su vida personal y profesional.	Administrador y/o propietario
Mala organización de los trabajadores	Escasa comunicación. Menor rendimiento.	-Abrir canales de comunicación mediante una reunión para que puedan transmitir sus inquietudes y puedan dar una solución equitativa. -Ser empáticos con el personal nuevo, enseñar el desarrollo de actividades paso por paso. -Designar otra actividad más factible si se le dificulta con lo que está realizando.	Administrador y/o propietario
Mala calidad de servicio con la rapidez en la entrega de productos	Mala comunicación el cliente.	-Capacitar a los trabajadores expliquen claramente al detalle de todo el producto y tiempo de espera. -Capacitarles para que sean amables y utilicen un lenguaje positivo, y también tomar una medida calmada si se presenta una situación de mal entendido.	Administrador y/o propietario

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1 características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Edad: el 53% de los representantes tienen 31 a 50 años (tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Samanez (2019) el cual manifiesta que el 64% de representantes tienen entre 31 a 50 años, también coincide con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 55% de encargados tienen entre 31 a 50 años de edad, del mismo modo coinciden con Ponce (2018) el cual manifiesta que el 68.75% de representantes tienen entre 31 a 50 años, igualmente coincide con Bueno (2019) el cual manifiesta que el 62.5% de representantes tienen una edad de 31 a 50 años, de la misma manera coincide con Fernández (2019) que manifiesta que el 50% de representantes tienen de 31 a 50 años, del mismo modo coincide con Botello (2019) quien indica que los representantes ascienden a una edad de 31 a 50 años. Esto demuestra que las personas encargadas de la administración son jóvenes adultos con espíritu emprendedor y son colocados en el cargo, debido a su experiencia al pasar los años.

Género: El 60% de los representantes pertenecen al género femenino (tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Bueno (2019) el cual manifiesta que el 50% de representantes son mujeres, de la misma manera coinciden con Fernández (2019) el cual manifiesta que el 80% de encargados de las microempresas son del género femenino, también coinciden con Ponce (2018) el cual manifiesta que el 62.15% de representantes son del género femenino. Pero contrasta con los resultados encontrados por Samanez (2019) el cual manifiesta que el 77% de encuestados son del

sexo masculino, también contrastan con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 64% de representantes son hombres, de igual manera contrasta con Botello (2019) quien indica que el 60% de los representantes son hombres. Esto demuestra que mayormente los encargados que dirigen un cargo son del sexo femenino, debido que han demostrado su empoderamiento y capacidad para manejar estas micro y pequeñas empresas.

Grado de instrucción: el 50% de los representantes tienen grado de instrucción básica (tabla 1), estos resultados coinciden con Bueno (2019) el cual manifiesta que la mitad de representantes tienen grado de instrucción secundaria, también coinciden con Fernández (2019) el cual manifiesta que el 70% de representantes tienen grado de instrucción secundaria, también coincide con Ponce (2018) el cual manifiesta que el 43.75% de las personas encargadas del cargo tienen estudios básicos. Pero contrastan con los resultados por Samanez (2019) el cual manifiesta que el 37% de representantes cuentan con grado de instrucción técnica, de la misma manera contrastan con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 55% de encargados tienen grado de instrucción superior universitario, también contrasta con Botello (2019) quien indica que el 34% de encuestados tienen superior universitario. Esto demuestra que la mayoría de las personas que están al frente del manejo de las micro y pequeñas empresas tienen nivel de educación básica, debido a que no tuvieron la oportunidad de culminar estudios superiores.

Cargo que desempeña: el 67% de los representantes son dueños de las microempresas (tabla 1), estos resultados encontrados coinciden con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 82% de encuestados son dueños, también coinciden con Bueno (2019) y Fernández (2019) quienes manifiestan que el 80% de encuestados se desempeñan

como dueños, también coinciden con Botello (2019) quien indica que el 73.9% legales de las microempresas son dueños. Esto demuestra que mayormente son los dueños quienes realizan la función del cargo administrativo, puesto que no cuentan con los recursos financieros para contratar a un especialista, asimismo tampoco confían el manejo de su negocio que sea ajeno a ellos.

Tiempo que desempeñan en el cargo: el 53% de representantes tienen un tiempo de 7 a más años (tabla 1), estos resultados encontrados coinciden con Villacorta (2019) quien indica que el 45% de encuestados tienen un tiempo de 7 a más años en el cargo, también coincide con Botello (2019) quien indica que el 47% de representantes tienen de 7 a más años desempeñándose en su cargo, también coincide con Fernández (2019) el cual manifiesta que el 40% de representantes tienen de 7 a más años en el cargo, de igual manera coincide con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 45% de encuestados tienen más de 7 años ocupando el cargo. Pero contrasta con Bueno (2019) el cual manifiesta que el 50% de encargados tienen un tiempo entre 4 a 6 años laborando en su cargo. Esto demuestra que mayormente los encargados tienen cierto tiempo ocupando el puesto, por lo que su desempeño sucesivamente va en aumento de manera que están haciendo su mayor esfuerzo para mejorar conforme pasa el tiempo.

Características de las micro y pequeñas empresas

Tiempo de permanencia de las microempresas: el 50% cuentan con 7 a más años en el rubro (tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 55% de negocios familiares tienen de 7 a más años en el rubro, también coinciden con Fernández (2019) el cual manifiesta que el 40%

de micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años en el mercado. Pero contrasta con los resultados encontrados por Samanez (2019) el cual manifiesta que el 54% de microempresas tienen de 4 a 6 años en el rubro, también contrasta con Bueno (2019) el cual manifiesta que el 62.5% de micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el mercado, de igual manera contrasta con Botello (2019) quien indica que el 39.1% de microempresas tiene de 11 años a más. Esto demuestra que mayormente las micro y pequeñas empresas se están estableciendo poco a poco y surgieron de la idea de emprendedores que decidieron crear su propio negocio, es por eso que la finalidad de estos es adquirir conforme pasa el tiempo mayor experiencia para lograr consolidarse mejor.

Número de trabajadores: el 67% de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 colaboradores (tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Samanez (2019) el cual manifiesta que el 50% de micro y pequeñas empresas cuentan con 6 a 10 trabajadores, igualmente coinciden con Figueroa (2019) el cual manifiesta que la mitad de micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 colaboradores. Pero contrasta con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 91% de estos pequeños negocios cuentan con 1 a 5 empleados, también contrasta con Bueno (2019) el cual manifiesta que el 62.5% de los negocios familiares tienen de 1 a 5 trabajadores, del mismo modo contrasta con Fernández (2019) el cual manifiesta que el 100% de microempresas laboran de 1 a 5 trabajadores, también contrasta con Ponce (2018) el cual manifiesta que el 50% de micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 colaboradores, del mismo modo contrasta con Botello (2019) quien manifiesta que las microempresas cuentan de 11 a más trabajadores. Esto

demuestra que la mayoría de dueños consideran suficientes trabajar máximo con 10 colaboradores para realizar sus labores, debido a que los espacios no son muy amplios y no cuentan con cierta cantidad de dinero para contratar a más.

Personas que trabajan en las microempresas: el 53% no son familiares (tabla 2), estos resultados coinciden con Bueno (2019) el cual manifiesta que el 87.5% de las pequeñas empresas no tienen a familiares laborando, igualmente coincide con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 82% de micro y pequeñas empresas contrata a individuos que no son familiares, también coincide con Botello (2019) quien menciona que el 69.6% de encuestados indican que las personas que laboran ahí no son familiares. Pero contrasta con Fernández (2019) el cual manifiesta que el 70% de personas que laboran en estos negocios son familiares. Esto demuestra que mayormente los trabajadores que laboran en las micro y pequeñas empresas no pertenecen al núcleo familiar, debido a que evitan mezclar asuntos familiares con laboral durante la interacción de la jornada diaria y también porque prefieren dar oportunidad de trabajo a personas que se comprometan a trabajar y sean responsables.

Objetivo de creación: el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancia (tabla 2), estos resultados coinciden con Villacorta (2019) y Fernández (2019) quienes manifiestan que el 100% de micro y pequeñas empresas tienen como fin generar ganancia, también coinciden con Bueno (2019) el cual manifiesta que el 62.5% de estos pequeños negocios tienen como único objetivo generar ganancia. Esto demuestra que el propósito principal de cada dueño es obtener ganancias, mediante

la calidad de sus platos y brindando un buen servicio, para que en un futuro puedan abrir nuevos restaurantes y convertirse en empresarios exitosos.

Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad

Termino gestión de calidad: el 83% de representantes encuestados conocen el termino gestión de calidad (tabla 3), estos resultados coinciden con Fernández (2019) el cual indica que el 100% los representantes si conocen gestión de calidad, también esto se asemeja con los resultados encontrados por Villacorta (2019) el cual indica que el 45% de representantes tienen cierto conocimiento de gestión de calidad, del mismo modo se asemeja con Botello (2019) quien menciona que 43.5% de encuestados tiene poco conocimiento de gestión de calidad. Pero contrastan con los resultados encontrados por Bueno (2019) el cual indica que el 62.5% de representantes no conocen este término. Esto demuestra que los encargados si conocen sobre gestión de calidad, la noción de considerar este sistema en sus negocios es fundamental para mejorar el control de los procesos, la eficiencia y así alcanzar el éxito.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: el 83% de representantes conocen atención al cliente como técnica moderna de gestión (tabla 3), estos resultados coinciden con Bueno (2019) el cual indica que el 62.5% de los encargados conocen la atención al cliente como técnica moderna. Pero contrastan con Fernández (2019) el cual indica que el 60% de representantes conocen el liderazgo como técnica moderna, también contrastan con Ponce (2018) el cual indica que el 56.25% de encuestados menciona que utiliza la mejora continua como técnica moderna. Esto demuestra que los representantes solo

conocen de atención al cliente para mejorar el rendimiento de su negocio y carecen de conocimiento de otras técnicas esenciales que se pueden aplicar para mejorar el desarrollo de su empresa.

Dificultades del personal en la gestión: el 60% de encuestados indicaron que las dificultades para la implementación de la gestión de calidad es la poca iniciativa (tabla 3), estos resultados contrastan con Villacorta (2019) el cual indica que el 82% tienen como dificultad de implementar la gestión de calidad debido a que no se adaptan a los cambios, también contrastan con Bueno (2019) el cual indica que el 75% del personal no se adaptan a los cambios, de igual manera contrastan con Figueroa (2019) el cual indica que el 50% de los trabajadores su dificultad es el aprendizaje lento, también contrasta con Botello (2019) quien menciona que el 47.8% de representantes la dificultad del aprendizaje lento. Esto demuestra que la mayoría de trabajadores tienen falta de compromiso con su trabajo lo cual dificulta la mejora de los negocios familiares, esto debido que no existe una correcta motivación de los empleadores hacia los trabajadores y tampoco existe una escala valorativa respecto a su trabajo.

Técnicas para medir el rendimiento: el 100% aseguran que miden el rendimiento del trabajador mediante la observación (tabla 3), estos resultados coinciden con Villacorta (2019) el cual indica que el 82% utilizan la observación para medir el rendimiento de su personal, también coinciden con Bueno (2019) el cual indica que el 87.5% de encargados utilizan la observación para medir el desempeño de sus empleados, igualmente coinciden con Fernández (2019) el cual indica que el 100% de representantes utilizan la observación para medir el rendimiento de sus colaboradores, también coincide

con Botello (2019) quien indica que el 34.8% de encargados utilizan la observación para medir el rendimiento de sus trabajadores. Esto demuestra que mayormente los encargados evalúan el desempeño de sus trabajadores por medio de la observación; debido a que es más fácil, viable y puedan corroborar con hechos su desempeño, su actitud con los clientes; si realizan un buen trabajo y brindan un trato adecuado o no.

La gestión de calidad mejora el rendimiento: el 100% aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio (tabla 3), estos resultados coinciden con Villacorta (2019) el cual indica que el 100% de representantes mencionan que si contribuye a mejorar el rendimiento de los pequeños negocios, también coinciden con Bueno (2019) el cual indica que el 62.5% de encargados manifiestan que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento, igualmente coincide con Fernández (2019) el cual indica que el 100% señalan que la gestión de calidad es fundamental para mejorar el rendimiento, también coincide con Botello (2019) quien indica que el 73.9% están de acuerdo que la gestión de calidad si contribuye de manera positiva a mejorar. Esto demuestra que todos están de acuerdo que la gestión de calidad es fundamental para el desarrollo de su negocio, asimismo el aplicarlo es con el fin de ayudar a optimizar sus procesos por medio de una consigna de mejora continua.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas: el 100% señalaron que si ayudan alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa (tabla 3), estos resultados coinciden con Villacorta (2019) y Fernández (2019) quienes señalan que el 100% de encuestados creen que este sistema si ayuda alcanzar las metas trazadas. Esto demuestra que los representantes tienen en claro que la gestión de calidad ayuda a cumplir

los objetivos y metas plasmadas de un negocio, ya que implementar este modelo de gestión empresarial que ayuda a cumplir la normativa de una empresa que tratan de garantizar la calidad en el proceso de un producto o servicio.

Termino atención al cliente: el 80% de representantes conocen atención al cliente (tabla 3), estos resultados coinciden con Villacorta (2019) y Fernández (2019) quienes indicaron que el 100% de encargados si conocen el termino atención al cliente, de la misma manera coinciden con Bueno (2019) el cual indica que el 62.5% de representantes conocen servicio al cliente. Esto demuestra que los representantes conocen atención al cliente, ya que es crucial para sobresalir y resaltar de la competencia en el servicio brindado a sus consumidores.

Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda: el 73% de encuestados aseguran que si aplican la gestión en el servicio que brindan (tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Villacorta (2019) y Fernández (2019) quienes indicaron que el 100% de representantes si aplican la gestión en el servicio dado, esto se asemeja con los resultados encontrados por Bueno (2019) el cual indica que el 62.5% de representantes a veces aplican la gestión de calidad. Pero contrasta con Samanez (2019) quien manifiesta que el 70% de representantes no aplican la gestión de calidad. Esto demuestra que los dueños consideran importante la calidad en el servicio que ofrecen, debido a que de esa manera logran satisfacer a sus clientes, alcanzar la fidelización y de eso dependerá la permanencia del negocio en el mercado.

La atención al cliente es fundamental para que este regrese: el 83% de encuestados consideran que si es importante el servicio al cliente para que regrese (tabla

3), estos resultados encontrados coinciden con Villacorta (2019) el cual indica que el 92% de micro empresarios dicen que si es fundamental la buena atención para que vuelva, también coinciden con Fernández (2019) el cual indica que el 100% considera que si es importantes dar un buen servicio para que regresen, esto se asemeja con los resultados de Bueno (2019) quienes indican que el 50% de los representantes creen que a veces la atención es esencial para que el cliente vuelva nuevamente. Esto demuestra que todos concuerdan que, al tener una experiencia agradable, conlleva a que el cliente tome la decisión de regresar nuevamente y también recomendar el lugar, el buen servicio ayudara atraer nuevos clientes y mantener a los que tienen.

Herramientas que se utiliza para un servicio de calidad: el 87% afirman que utilizan la comunicación como herramienta de servicio al cliente (tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 64% de representantes utilizan la comunicación para dar un buen servicio. Pero contrasta con Bueno (2019) el cual manifiesta que el 50% de encargados utilizan la confianza para un servicio de calidad. Esto demuestra los representantes utilizan la comunicación como herramienta para brindar un servicio de calidad, ya que por medio del dialogo surge las expectativas respecto al servicio que van a recibir y se consigue la calidad del servicio cuando las expectativas se cumplen con la atención recibida.

Principales factores de calidad al servicio: el 63% de encuestados consideran como factor esencial la rapidez en la entrega de sus productos (tabla 3), estos resultados coinciden con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 55% de encargados utilizan el factor rapidez en la entrega de sus pedidos. Pero contrasta con Bueno (2019) el cual

manifiesta que el 50% emplean como factor principal la atención personalizada. Esto demuestra que este factor la rapidez en la entrega de los productos es el más utilizado por las empresas para mejorar la atención, porque ayuda a lidiar con clientes impacientes y también contribuye a que este satisfecho, al no tener que esperar mucho tiempo por su pedido.

La atención que brinda: el 67% de representantes encuestados considera que la atención que brinda es buena (tabla 3), estos resultados coinciden con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 82% mencionan que es buena la atención que dan a sus comensales, también coinciden con Bueno (2019) el cual menciona que el 62.5% de representantes indican que el servicio es bueno, igualmente coincide con Fernández (2019) el cual manifiesta que el 100% señala que el servicio dado al consumidor es bueno. Esto demuestra que la mayoría de representantes son conscientes que el cliente es el motor para la subsistencia de una empresa y la prioridad es cuidarlos cumpliendo con sus necesidades, ya que si algún cliente tiene algún reclamo o inconveniente solucionan el suceso lo más rápido posible y piden las disculpas del caso.

Porque considera que está dando una mala atención al cliente: el 60% consideran que dan un mal servicio por una mala organización de los trabajadores (tabla 3), estos resultados coinciden con Villacorta (2019) el cual manifiesta que el 73% de encargados mencionan que dan un mal servicio por la mala organización de sus empleados. Pero contrastan con Bueno (2019) el cual indica que el 51% manifiestan que dan un mal servicio por no contar con suficiente personal. Esto demuestra que el déficit de un mal servicio está implicado directamente con el personal, debido a que no se ponen

de acuerdo con las actividades a realizar y repercute al momento de interactuar con el cliente.

Resultados obtenidos de una buena atención: el 53% de encuestados han logrado incrementar sus ventas (tabla 3), estos resultados coinciden con Samanez (2019) el cual manifiesta que el 44% han obtenido un incremento en sus ventas, también coincide con Ponce (2018) el cual manifiesta que el 68.75% de dueños señalan que han incrementado sus ventas por medio de un buen servicio. Pero contrasta con Villacorta (2019) el cual menciona que el 36% de representantes han obtenido clientes satisfechos, del mismo modo contrastan con Bueno (2019) el cual menciona que el 37.5% han logrado la fidelización de sus clientes, igualmente contrastan con Fernández (2019) el cual menciona que el 100% que brindar un buen trato ha traído resultados del posicionamiento de su empresa en el mercado. Esto demuestra que el beneficio que han obtenido brindado un buen servicio es un incremento económico, debido al aumento de nuevos clientes que quedan satisfechos por el trato y la calidad de sus platos.

VI.CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, son de género femenino, el nivel de instrucción es básico secundaria, son dueños de su propio negocio y tienen un tiempo de 7 a más años de permanencia frente al cargo. Son emprendedoras que crearon su negocio con la finalidad de convertirse en grandes empresarias, ganar mayor participación en el mercado y mejorar su calidad de vida.

La totalidad de representantes crearon su empresa para generar ganancia e incrementar su economía, la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más tiempo, cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores laborando, el personal que trabaja dentro de ellas no es de su entorno familiar. La importancia de los negocios familiares es fundamental si se logra superar las dificultades lo cual ayudara a que la empresa crezca y contribuya a combatir el desempleo.

La totalidad de representantes tienen en claro que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento de la pequeña empresa, de igual manera aseguran que si ayuda alcanzar los objetivos y metas de las micro y pequeñas empresas, que la atención al cliente es esencial para que este regrese al establecimiento, y también que solo conocen la observación para medir el rendimiento del personal. La mayoría de los representantes si conocen el termino gestión de calidad, así mismo sostienen que la atención al cliente es la técnica moderna que más conocen, pero las dificultades para implementar la gestión de calidad es por la poca iniciativa de sus trabajadores, asimismo mencionan que si conocen el termino atención al cliente, indicando que si aplican la gestión de calidad en el servicio

que brindan, ponen en práctica la comunicación como herramienta para brindar un servicio de calidad, considerando como factor para un mejor servicio la rapidez en la entrega de los productos, asimismo consideran que brindan una buena atención al cliente, también sostienen que en algunas oportunidades no han brindado una buena atención por la mala organización del personal y los resultados que han obtenido brindado una buena atención han logrado incrementar sus ventas. Los microempresarios conocen sobre gestión de calidad y atención al cliente, pero lamentablemente no lo ponen en práctica, contratan a personal no capacitado, tampoco ellos los enseñan cómo brindar un buen servicio y eso repercute al momento de interactuar con el cliente.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Incitar a los encargados que busquen información y adquirirán mayor conocimiento sobre el manejo de un negocio, utilizando técnicas de gestión de calidad y atención al cliente, esto se puede hacer mediante búsquedas en internet, talleres, capacitaciones que los ayudara a como desenvolverse mejor en su rol de micro empresarios y enfrentar dificultades que se presenten.

Trabajar que sus micro y pequeñas empresas mejoren su gestión y atención al cliente, mejorando su planificación, organización y control administrativo, asimismo, tener una visión y misión a largo plazo utilizando estrategias adecuadas recordando el motivo porque él fue creado, ayudara a mantener su identificación y a cumplir con realizar sus metas planteadas.

Implementar nuevas estrategias para mejorar el rendimiento de su personal por medio de capacitaciones y motivarlos, con la finalidad de captar más clientes y hacer la diferencia de su competencia, realizar un análisis cada fin de año para detectar sus fallas y poder mejorarlas, y también para plasmarse propósitos a futuro

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arenal, C. (2017). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. uf0036*. España:

Editorial Tutor Formación. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5190124&query=Gesti%C3%B3n+de+la+atenci%C3%B3n+al+cliente+%2F+consumidor.+uf0036>

Arenal, C. (2019). *Atención básica al cliente. MF1329*. España: Editorial Tutor

Formación. Recuperado de:

https://elibro.net/es/ereader/uladech/105977?as_all=atencion%20al%20cliente&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as

Avilés & Cedeño, S. T. (2018). *Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio*

al Cliente para el restaurante “La Finquita”. Tesis de licenciatura.

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

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

Banco Mundial, (30 de octubre del 2017). *La esquivia definición de las micro, pequeñas y*

medianas empresas para fines tributarios. Recuperado de:

<https://gestion.pe/blog/termometro-desarrollo/2017/10/la-esquivia-definicion-de-las-micro-pequenas-y-medianas-empresas-para-fines-tributarios.html/>

Botello, J. (2019). *Gestión de calidad en la mejora continua de las micro y pequeñas*

empresas del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental de la

avenida pacifico. Del distrito de Nuevo Chimbote, 2016. Tesis de licenciatura.

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú. Recuperado

de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8349/GESTION_DE_CALIDAD_BOTELLO_PALMADERA_JUAN_FRANCISCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bueno, M. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas*

empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote,

2016. Tesis de licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote,

Chimbote, Perú. Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228/GESTION_DE_CALIDAD_EN_LA_ATENCION_AL_CLIENTE_BUENO_MARTINEZ_MICELI_PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carreño & Camacho, A. A. (2016). *Gestión de la calidad en la industria alimentaria.*

México: Grupo Editorial Éxodo. Recuperado de:

https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/128553?as_all=gestion%20de%20calidad%20&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as&fs_page=2

Cortés, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015).* Málaga, España:

Editorial ICB. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5349794&query=Cort%C3%A9s%2C+J.+M.+%282017%29.+Sistemas+de+gesti%C3%B3n+de+calidad+%28ISO+9001.+Editorial+ICB.#>

- Del Cid, Y. (2018). *Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del Departamento de Zacapa*. Tesis de grado. Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrcd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>
- EA-RSD Noticias, (16 de mayo del 2019). *El 80% de los negocios no brindan un buen servicio a sus clientes*. Recuperado de: <https://radiorsd.pe/noticias/el-80-de-los-negocios-no-brinda-un-buen-servicio-sus-clientes>
- El Economista, (22 de octubre del 2017). *Las empresas pierden más clientes por un mal servicio que por los precios*. Recuperado de: <https://www.eleconomistaamerica.com/gestion-empresarial/noticias/264616/08/17/Las-empresas-pierden-mas-clientes-por-un-mal-servicio-que-por-los-precios.html>
- Fernández, M. (2019). *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El progreso, Chimbote, 2017*. Tesis de licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14320/ATENCIÓN_AL_CLIENTE_FERNANDEZ_CUEVA_MAE_ROXANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gago, M. (2017). *Técnicas de información y atención al cliente / consumidor /usuario: Uf0037*. Madrid, España: Editorial CEP, S.L. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5214076&query=atencion+al+cliente+#>

Gestión, (09 de enero del 2020). *¿Cómo financian los dueños de las mypes la educación familiar?* .Recuperado de: <https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/como-financian-los-duenos-de-las-mypes-la-educacion-de-familiares-noticia/>

Gil, J. (2020). *COMT004PO - Fundamentos de atención al cliente*. España. Editorial Elearning, S.L. recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=VGzoDwAAQBAJ&dq=atencion+al+cliente&source=gbs_navlinks_s

González, P. (2017). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*: Editorial Tutor Formación. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5308206&query=gestion+de+calidad+#>

Guzmán, C. (10 de abril del 2018). *Mypes: por qué son importantes para la economía peruana*. Recuperado de: <https://pqs.pe/actualidad/economia/mypes-por-que-son-importantes-para-la-economia-peruana/#:~:text=Ayudan%20a%20la%20generaci%C3%B3n%20de,del%20empleo%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.>

Grijalbo, L. (2017). *Determinación y comunicación del Sistema de Gestión Ambiental*. UF1944: Tutor Formación. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=jcImDwAAQBAJ&pg=PA140&dq=gestion+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiniaSfztXpAhXOH7kGHZGNB-0Q6AEIXDAG#v=onepage&q=gestion%20de%20calidad&f=false>

Izquierdo, F. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Andalucía. España: IC Editorial. Recuperado de: https://elibro.net/es/ereader/uladech/113432?as_all=atencion%20al%20cliente&as_all_op=unaccent__icontains&prev

Ley N° 28015, (03 de julio del 2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales*, Artículo, Definición de la micro y pequeña empresa: Recuperado de: <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

Ley N° 30056, (02 de julio del 2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial*. Artículo 5. Características de las micro y pequeñas empresas. Recuperado de: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1>

Loidi, J. (08 de octubre del 2019). *¿Por qué cierran las PYMES?*. Recuperado de:
<https://www.telam.com.ar/notas/201910/398214-por-que-cierran-las-pymes.html>

Mateos, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO*. Andalucía. España: IC Editorial. Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/124251>

Ochoa, V. (08 de agosto del 2018). *Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención*. Gestión. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918-noticia/?ref=gesr>

Ponce, M. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del Distrito de Pocollay, Provincia y Región de Tacna periodo 2017*. Tesis de licenciatura. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Tacna, Perú. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4059/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_ATENCION_AL_CLIENTE_PONCE_MAMANI_MAGALY_DEL_ROSARIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rumin. J. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Ediciones de la U. recuperado de:
https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/127111?as_all=atencion%20al%20cliente%20&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as

- Samanez, L. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Sayan, provincia de Huaura, Año 2019*. Tesis de licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaura, Perú. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11528/ATENCION_AL_CLIENTE_SAMANEZ_FERREBU_LUDWIN_EDGAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sordo, A. (2019). La importancia de las PYMES en México. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-mexico>
- Villacorta, H. (2019). *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, Urbanización los jardines, Trujillo 2018*. Tesis de licenciatura. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- 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 de grado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%c3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 01: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021						
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II		
		TESIS I				TESIS II				TESIS III				TESIS IV		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del proyecto	X														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X													
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X												
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X											
5	Mejora del marco teórico					X										
6	Redacción de la revisión de la literatura						X									
7	Elaboración del consentimiento informado							X								
8	Ejecución de la metodología								X							
9	Resultado de la investigación									X						
10	Conclusiones y recomendaciones										X					
11	Redacción del pre informe de investigación											X	X			
12	Reacción del informe final													X		
13	Aprobación del informe final por el jurado de investigación														X	
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X
15	Redacción de artículo científico															X

Anexo 02: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (estudiante)			
Categorías	Base	0 % numero	Total (s/.)
Suministros			
Impresiones	0.20	2	0.40
Lapiceros	0.20	2	0.40
Hoja bond A-4	0.50	2	1.00
Servicios			
Uso de turnitin	50.00	2	1.00
Sub total	50.00	10	7.20
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información			
Sub total	2.00	5	10.00
Total de presupuesto desembolsable	104.9	28	30.00
Presupuesto no desembolsable (universidad)			
Categoría	Base	0% numero	Total (s/.)
Servicios			
Uso del internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	33.00	2	66.00
Soporte informático (Módulo de investigación del ERP university - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			396.00
Recursos humanos			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total del presupuesto no desembolsable			648.00
Total (s/.)			

Anexo 03:

Cuadro de población

Nombre de la micro y pequeñas empresas	Dirección
Pollería Daniel	AA.HH. vista al mar II MZ K LT 17
Pollería Chiken Gold	URB. José Carlos Mariátegui MZ. R3, LT 24.
Pollos a la brasa El Rancho De Lucho's	URB. Los Álamos MZ.E, LT 25.
Pollería-chifa Naomi	URB. Nicolás de Garatea I Etapa MZA LT 41
Pollos a la brasa Napo's Chicken's	URB. Buenos Aires I Etapa AV. Pacifico N° 370
Pollos y Parrillas al Carbón	URB. Santa Rosa MZ. G LT. 24
Pollería La Granja Linda	URB. El pacífico MZ M2 LT01
Pollería Rokis	URB. Pacifico MZ. L2, LT 20; AV. Pacifico
Pollería Kikiriki	URB. Casuarinas II Etapa MZ A1 LtT07
Pollería Napo's Chicken	URB. Mariscal Luzuriaga MZ C LT 12
Restaurant pollería La Granja Linda	P.J Tres de Octubre MZ L LT 01
Pollería Zamora	A.H Vista Alegre MZ E LT 13
Pollería Emelyn	P.J Villa María MZ E LT 13
Pollería - Restaurant Mahal	A.H Las Brisas AV. Prolog. Los Pelicanos Puesto N° 125 Piso N° 02
Pollería Chicken Brother	URB. Nicolás de Garatea MZ 2 LT 25
Pollería La Granja Linda	URB. El pacífico AV. Country MZ M2 LT 01
Restaurant-Pollería La Granja Grande	A.H Santa Rosa Del Sur MZ P LT 26
Pollería Palma Chicken Sazón Morino	URB. Los Héroes MZ N2 LT 35
Restaurant- Pollería Mega Chiken	URB. Santa Rosa MZ E1 LT 47
Pollería Pio Pio	URB. Carlos De Heros MZ H2 LT 01
Pollería D' Karlo	A.H Vista Alegre AV. La Paz MZ E LT 09
Pollería-chifa Mi Corralito	Urb. Bruces MZ. B LT 14 Interior B - Avenida A
Restaurante-pollería El Pechugon	Urb. Casuarinas MZ. Q1 LT. 20
Pollería Wilson Chicken & Grill	URB. Cáceres Aramayo MZ B' LT 11
Pollería Hot Chicken Grill	URB. Banhero Rossi MZ L'4 LT 20
Pollería Mundial	UR. Nicolás Garatea MZ 14 LT13
Pollería Pico Rico	URB. Nicolás Garatea MZ 54 LT15
Pollería El Buen Sabor Norteño	URB, Nicolás Garatea MZ 54 LT14
Pollería Juazu	URB. Bruces MZ. D LT 26
Pollería Restaurant- Marycielo	URB. Nicolás Garatea MZ 55 LT 24
Pollos a la brasa Pa Llevar	URB. Nicolás Garatea MZ C LT19
Pollería Che Palermo	URB. Casuarinas-AV Pacifico MZ A1 LT 7
Pollos a la brasa El Gigante	PJ Villa María MZ F LT 19
Pollería Damaris	AA.HH La Molina MZ A LT20
Pollería Limón Y Carbón	A.H San Luis II Etapa MZ G LT 31
Pollería El Papi	A.H Santa Rosa del Sur II Etapa MZ P LT 24

Pollería World Chiken	URB. Centro cívico MZ E LT 36
Pollos a la brasa Suarez	P.J. Villa María MZ E LT 15
Pollería-Chifa El Doradito	URB. Los Héroeos MZ F2 LT 41
Restaurant- Pollería Perruchos	P.J Villa María MZ E LT 13
pollería Palermo	A.H San Luis II Etapa MZ G LT 31
Restaurante pollos a la brasa Pa Comer Pa Llevar	URB. Los Cipreses AV. Argentina MZ F LT 40
Pollos a la brasa "D" Flaco	A.H La Molina MZ A LT 20
Restaurant - Pollería Deyma'r	P.J Villa María AV. 28 De julio MZ Z LT 19
Pollería-chifa Las Delicias	A.H Los Ceros MZ I LT 13
Pollería Marvin	A.H San Felipe MZ. J LT 23
Pollos Y Parrillas Redondos	URB. El Bosque MZ F LOTE 43
Pollería Roque	A.H Las Delicias MZ 32 LT 14
Pollería Mag Chiken	URB. PPAO MZ. F, LT.25
Pollería El Buen Sabor	AA.HH. Teresa De Calcuta MZ. N - LT 24
Restaurant - pollería Jaimito's	Urb. Nicolas garatea MZ. A, lote 40.
Restaurant pollería Bellamar	Urb. Bellamar I etapa - MZ. P lote 13
Pollería Roque	A.H. las delicias MZ 32 Lt 14
Pollería restaurante "mega chicken"	Urb. Santa rosa MZ E1 Lt 47
Restaurant-pollería "la granja grande E.I.R.L	A.H santa rosa del sur MZ P Lt 26

Cuadro de muestra

Nombre de la micro y pequeña empresa	Dirección
Pollería Mundial	UR. Nicolás De Garatea MZ 14 LT 13
Restaurante-Pollería Pico Rico	URB. Nicolás De Garatea MZ 54 LT 15
Pollería Juazu	URB. Bruces MZ. D LT26
Pollería El Buen Sabor Norteño	URB, Nicolás de Garatea MZ 54 LT 14
Pollería Restaurant- Marycielo	URB. Nicolás Garatea MZ 55 LT 24
Pollos a la brasa Pa Llevar	URB. Nicolás Garatea MZ C LT 19
Pollos y Parrillas al Carbón	URB. Santa Rosa MZ. G LT. 24
Pollería Chicken Brother	URB. Nicolás de Garatea MZ 2 LT 25
Pollería Marvin	A.H San Felipe MZ. J LT 23
Pollería-chifa Las Delicias	A.H Los Ceros MZ I LT 13
Pollería Che Palermo	URB. Casuarinas-AV Pacifico MZ A1 LT 7
Pollos a la brasa El Gigante	PJ Villa María MZ F LT 19
Pollería Damaris	AA.HH La Molina MZ A LT20
Pollería Roque	A.H Las Delicias MZ 32 LT 14
Pollería Hot Chicken Grill	URB. Banhero Rossi MZ L'4 LT 20
Pollería Limón Y Carbón	A.H San Luis II Etapa MZ G LT 31
Restaurant Pollería El Papi	A.H Santa Rosa Del Sur II Etapa MZ P LT 24

Pollería D' Karlo	A.H Vista Alegre AV. La Paz MZ E LT 09
Pollería Pio Pio	URB. Carlos De Heros MZ H2 LT 01
Pollería Daniel	AA.HH Vista al mar II MZ K LT 17
Pollería-chifa El Doradito	URB. Los Heroes MZ F2 LT 41
Restaurant-Pollería Los Perruchos	P.J Villa María MZ E LT 13
Restaurante, Chifa, Pollería Palermo	A.H San Luis II Etapa MZ Z LT 1
Restaurante Pollos a la brasa Pa Comer Pa LLevar	URB. Los cipreses AV. Argentina MZ F LT 40 D
Pollos a la Brasa "D" Flaco	A.H La Molina MZ A LT 20
Restaurant - Pollería Jaimito's	Urb. Nicolas Garatea MZ. A, lote 40.
Restaurant pollería Bellamar	Urb. Bellamar I etapa - MZ. P lote 13
Pollería Roque	A.H las delicias MZ 32 Lt 14
Pollería restaurante "Mega Chicken"	Urb. Santa rosa MZ E1 Lt 47
Restaurant-pollería "la granja grande E,I,R,L	A.H Santa rosa del sur MZ P Lt 26

Anexo 04: consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, y es dirigido por Rosales Laguna Gladis investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: para optar el título profesional de licenciada en administración. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de mi persona al teléfono 931929651. Si desea, también podrá escribir al correo gladisrosaleslaguna@hotmail.com, también al correo de la docente cestrad@uladech.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

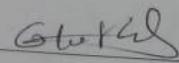
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: HUAMAN COZANA MANTORRE

Fecha: 024/10/2020

Correo electrónico: PALLEVAR2052@GMAIL.COM

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

OEI VERSION 001

Aprobado 24-07-2020

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020, y es dirigido por Rosales Laguna Gladis investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: para optar el título profesional de licenciada en administración. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de mi persona al teléfono 931929651. Si desea, también podrá escribir al correo gladjarosaleslaguna@hotmail.com, también al correo de la docente cestrad@uladach.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Francis Jose Cruz Jara

Fecha: 24-10-2020

Correo electrónico: FrancisCruzJara@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma manuscrita]

Anexo 05: validación de cuestionario

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

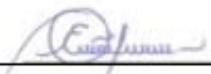
- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Estrada Díaz, Elida Adelia
- 1.2. Grado Académico: Magister en Administración
- 1.3. Profesión: Licenciada en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Católica los Angeles de Chimbote
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario de atención al cliente
- 1.7. Autor del instrumento: Rosales Laguna Gladis Aidé
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. Edad	X		X		X		
2. Genero	X		X		X		
3. Grado de instrucción	X		X		X		
4. Cargo que desempeña	X		X		X		
5. Tiempo que desempeña en el cargo	X		X		X		
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	X		X		X		
7. Número de Trabajadores	X		X		X		
8. Las personas que trabajan en su empresa son:	X		X		X		
9. Objetivo de creación	X		X		X		
10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	X		X		X		
11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	X		X		X		
12. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?	X		X		X		
13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	X		X		X		

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		
15. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?	X		X		X		
16. ¿Conoce el termino atención al cliente?	X		X		X		
17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	X		X		X		
18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	X		X		X		
19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.	X		X		X		
20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.	X		X		X		
21. La atención que brinda a los clientes es:	X		X		X		
22. ¿Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente?	X		X		X		
23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.	X		X		X		


 Estrada Díaz, Elida Adelia
 CLAD: N° 14640

Anexo 06: instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020. Para obtener El título de licenciada en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

1. GENERALIDADES

1.1 Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

1. Edad

a) 18 – 30 años b)

31 – 50 años c)

51 a más años

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. Referente a la variable gestión de calidad

2.1. Gestión de calidad

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente

- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) outsourcing
- f) otros
- g) Ninguno

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

1.3 Referente a las técnicas administrativas: atención al cliente

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

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

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

- a) Si
- b) No
- 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 las empresas

d) Incremento en las ventas.

Fuente: cuestionario validado por la línea de investigación atención al cliente.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo de permanencia de las MYPES	0 a 3 años	IIIIII	7	23.00
	4 a 6 años	IIIIII	8	27.00
	7 a más años	IIIIIIII-III	15	50.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	30	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIIII	10	33.00
	6 a 10 trabajadores	IIIIIIII-III	20	67.00
	11 a más trabajadores	-	-	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	30	100.00
Personas que trabajan en las MYPES	Familiares	IIIIIIII-III	14	47.00
	No familiares	IIIIIIII-III	16	53.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	30	100.00
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIIIII- IIIIIIII-III	30	100.00
	Subsistencia	-	-	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	30	100.00

Características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conoce el termino gestión de calidad	Si	IIIIIIII- IIIIIIII-IIII	25	83.00
	No		0	0.00
	Tengo cierto conocimiento	IIII	5	17.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking	IIII	5	17.00
	Atención al cliente	IIIIIIII- IIIIIIII-IIII	25	83.00
	Empowerment	-	0	0.00
	La 5 s	-	0	0.00
	Outsourcing	-	0	0.00
	Otros	-	0	0.00
	Ninguno	-	0	0.00
Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00	
Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa	IIIIIIII-IIIIIIII	18	60.00
	Aprendizaje lento	IIII	5	17.00
	No se adapta a los cambios	IIIIII	7	23.00
	Desconocimiento del puesto	-	0	0.00
	Otros	-	0	0.00

	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
	La evaluación	-	0	0.00
	Escala de puntuaciones	-	0	0.00
	Evaluación de 360°	-	0	0.00
	Otros	-	0	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa	Si	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
Conoce el termino atención al cliente	Si	IIIIIIII- IIIIIIII-III	24	80.00
	No	-	0	0.00
	Tengo cierto conocimiento	IIIII	6	20.00

	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda	Si	IIIIIIII- IIIIIIII-II	22	73.00
	No	-	0	0.00
	A veces	IIIIII	8	27.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese	Si	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
Herramientas que utilizan para un servicio de calidad	Comunicación	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIII	26	87.00
	Confianza	IIII	4	13.00
	Retroalimentación	-	0	0.00
	Ninguno	-	0	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00
Principales factores de un servicio de calidad	Atención personalizada	IIII	5	17.00
	Rapidez en la entrega de los productos	IIIIIIII- IIIIIIII	19	63.00
	Las instalaciones	IIII	6	20.00
	Ninguna	-	0	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-IIIIIIII	30	100.00

La atención que brinda a los clientes	Buena	IIIIIIII-III	20	67.00
	Regular	IIIIIIII	10	33.00
	Mala		0	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	30	100.00
Considera que está dando una mala atención	No tiene suficiente personal	III	4	13.00
	Por una mala organización de los trabajadores	IIIIIIII-III	18	60.00
	Si brindan una buena atención al cliente	IIIIII	8	27.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	30	100.00
Resultados obtenidos brindando una buena atención	Clientes satisfechos	IIIIII	8	27.00
	Fidelización de los clientes	IIII	6	20.00
	Posicionamiento de la empresa		0	0.00
	Incremento en las ventas	IIIIIIII-III	16	53.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	30	100.00

Anexo 07: figuras

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2020.

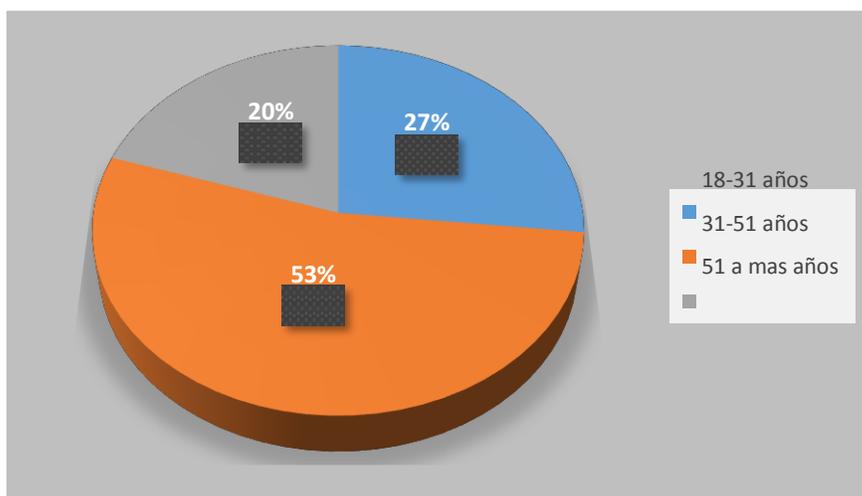


Figura 1. Edad del encuestado

Fuente. Tabla 1

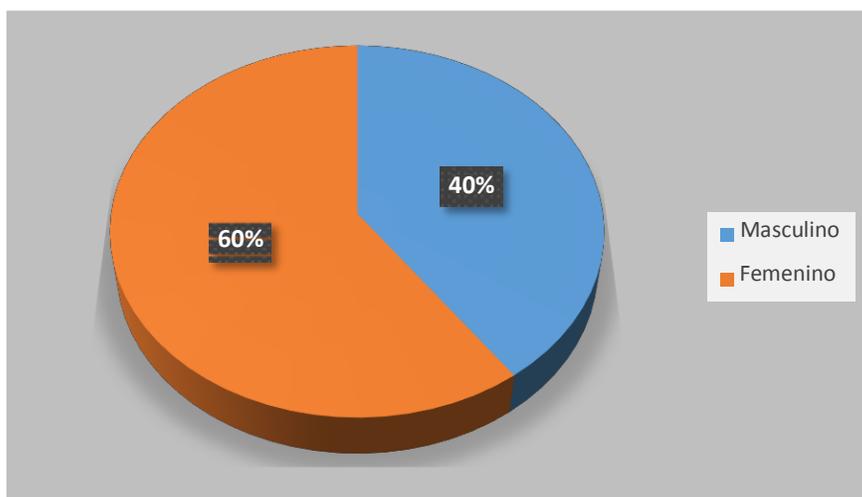


Figura 2. Genero

Fuente. Tabla 1

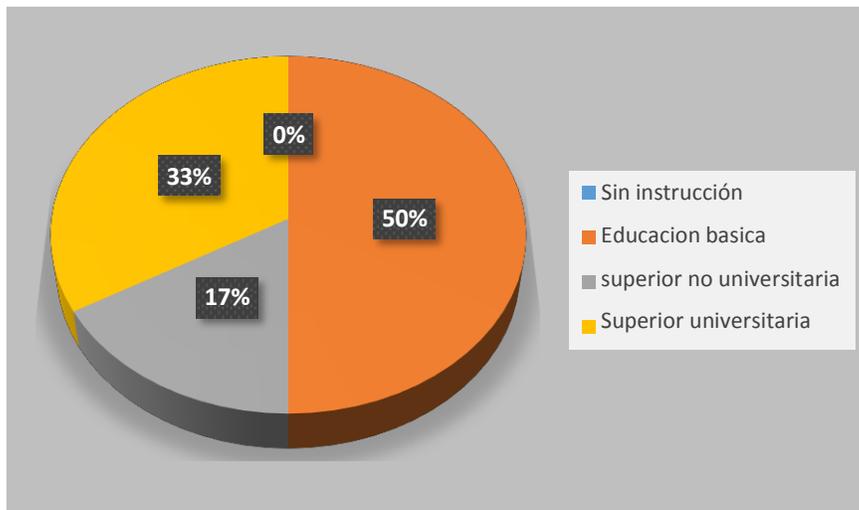


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

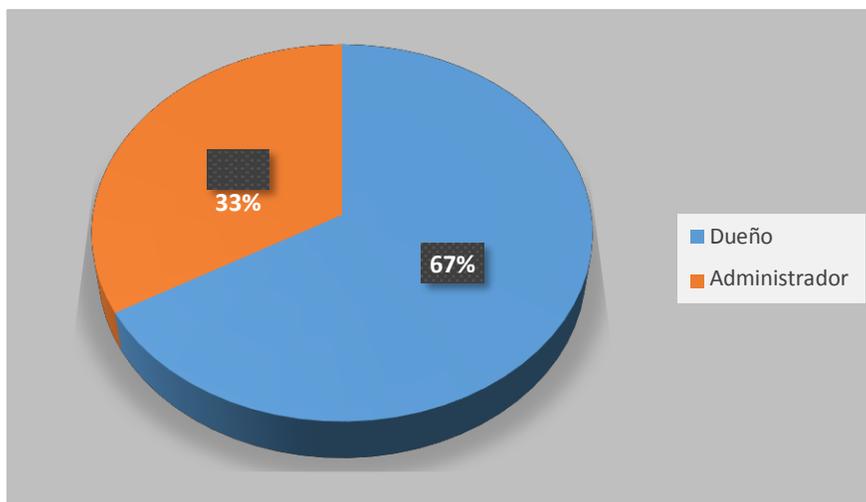


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

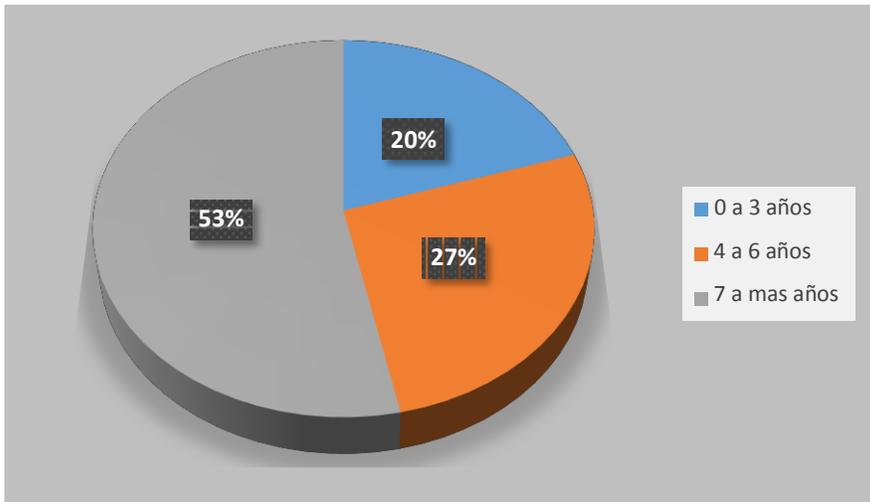


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

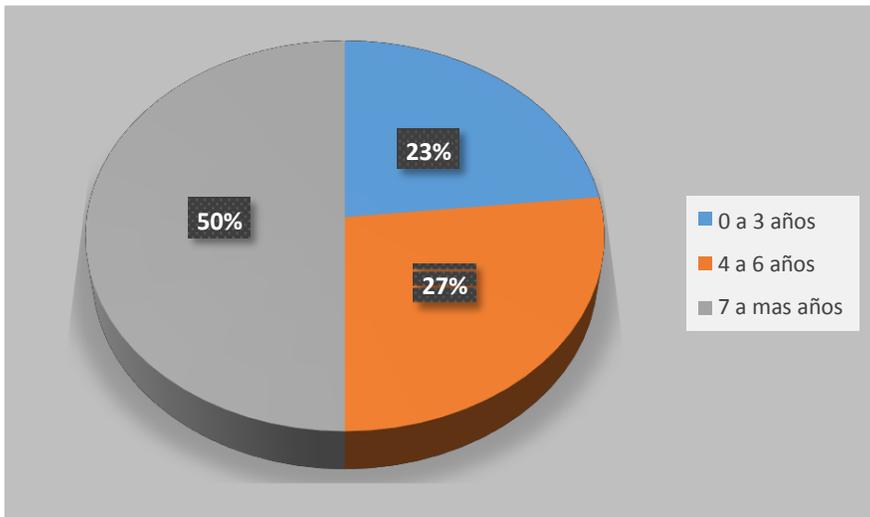


Figura 6. Tiempo de permanencia de las microempresas

Fuente. Tabla 2

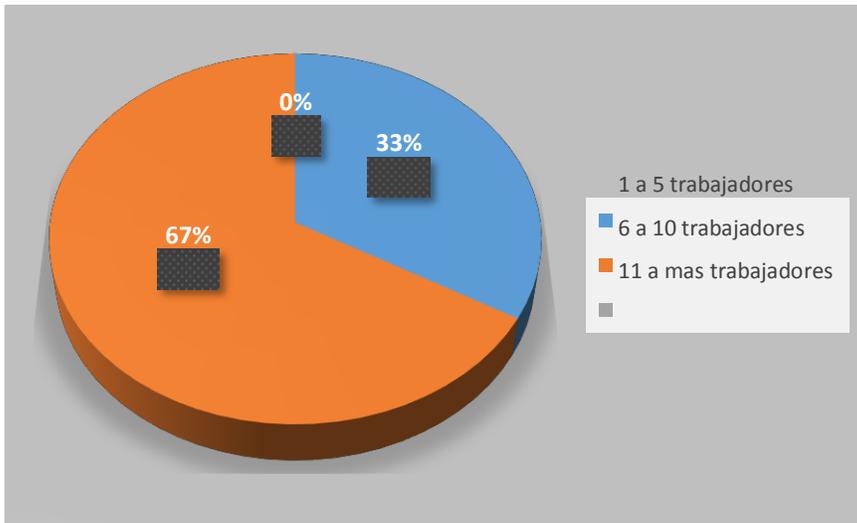


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

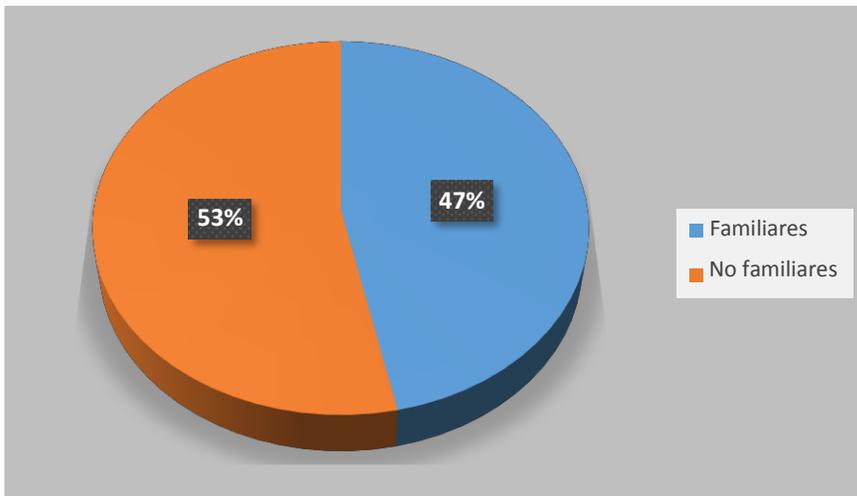


Figura 8. Personas que trabajan en las microempresas

Fuente. Tabla 2

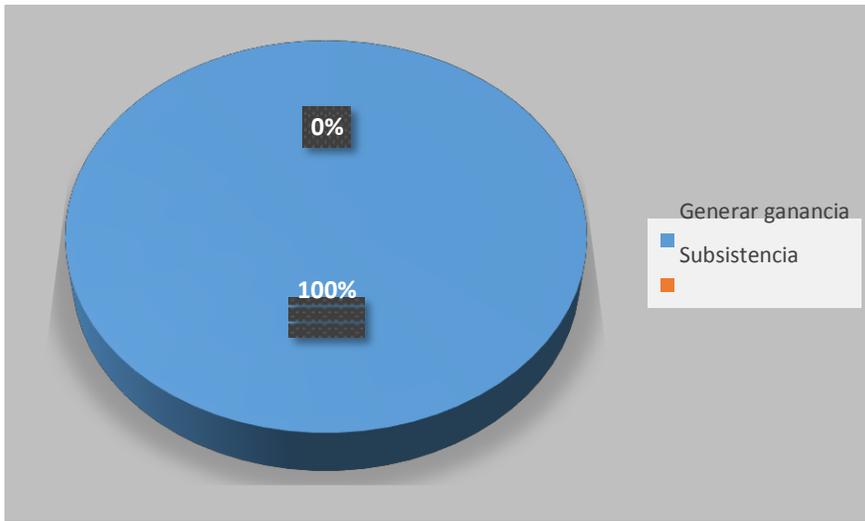


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

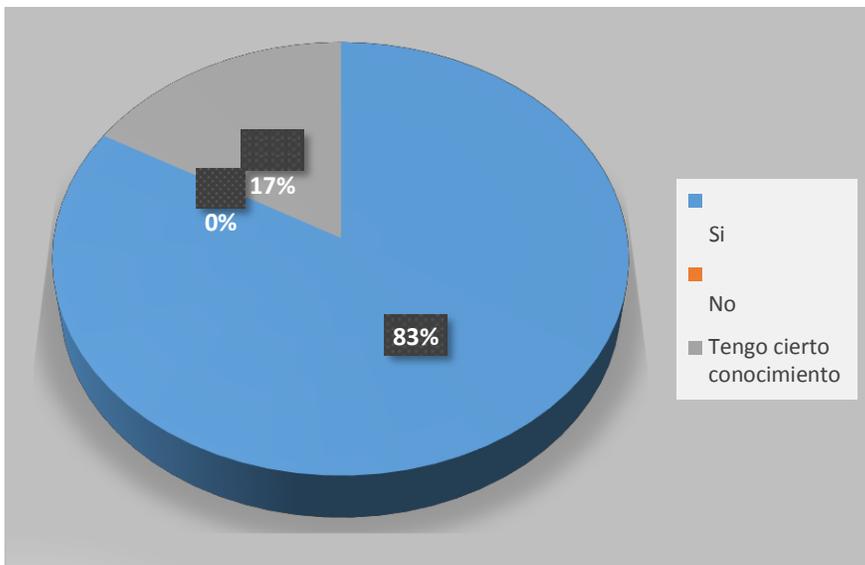


Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

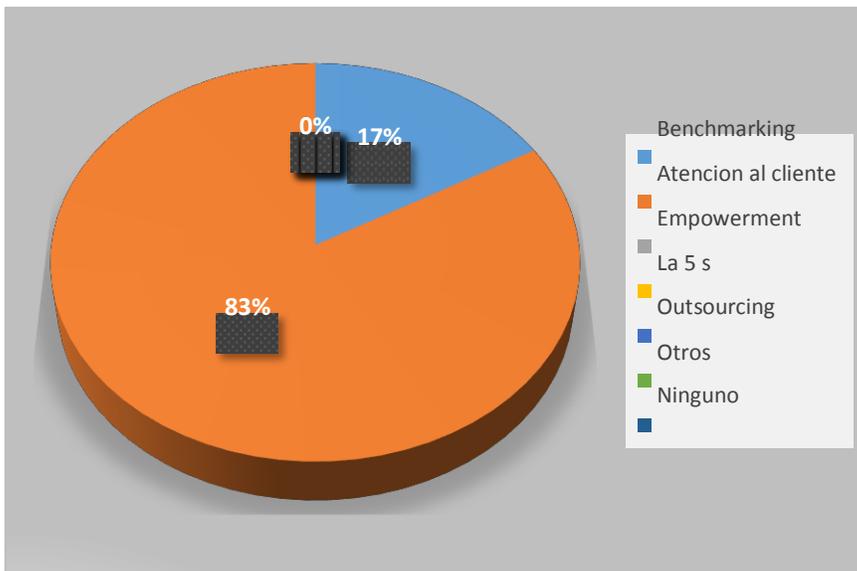


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

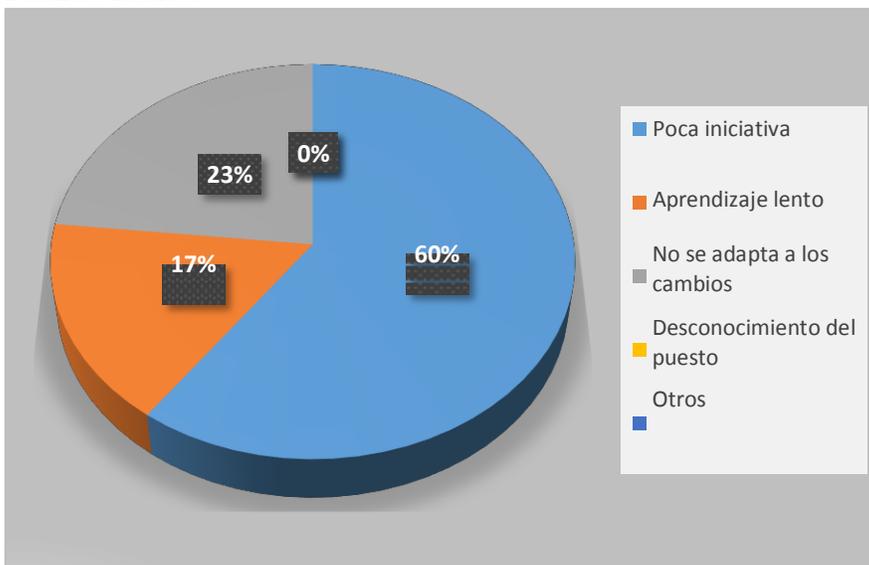


Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

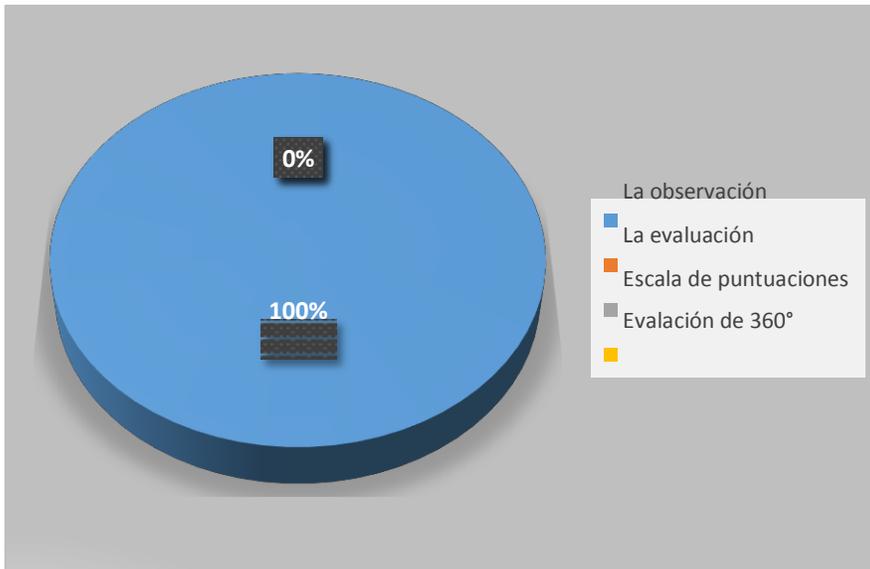


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 3

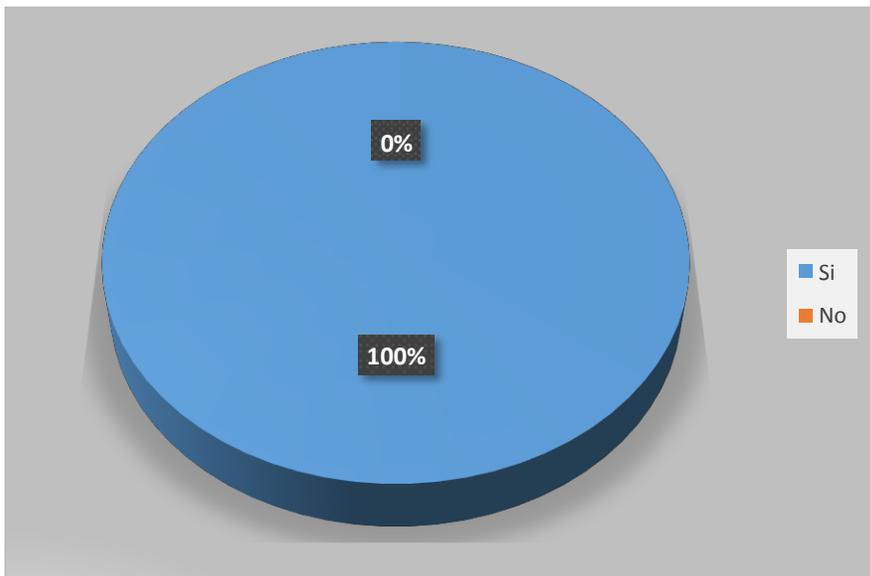


Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento

Fuente. Tabla 3

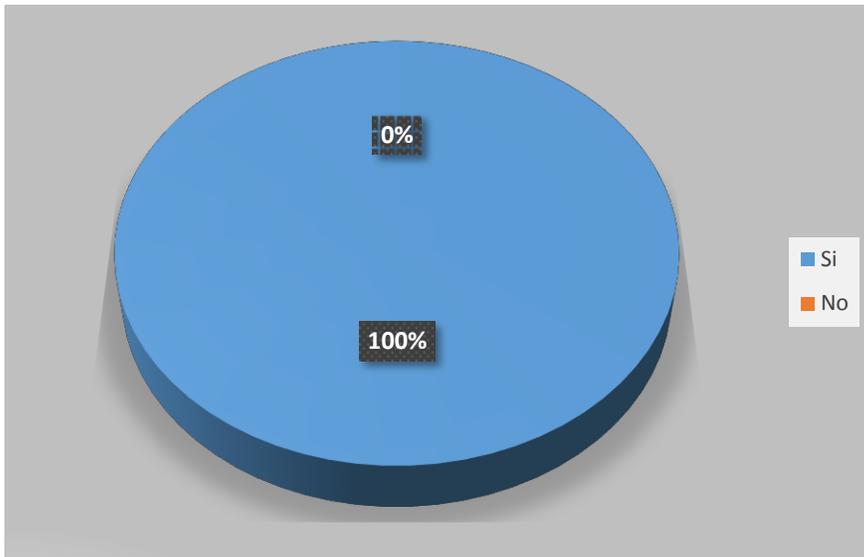


Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas

Fuente. Tabla 3

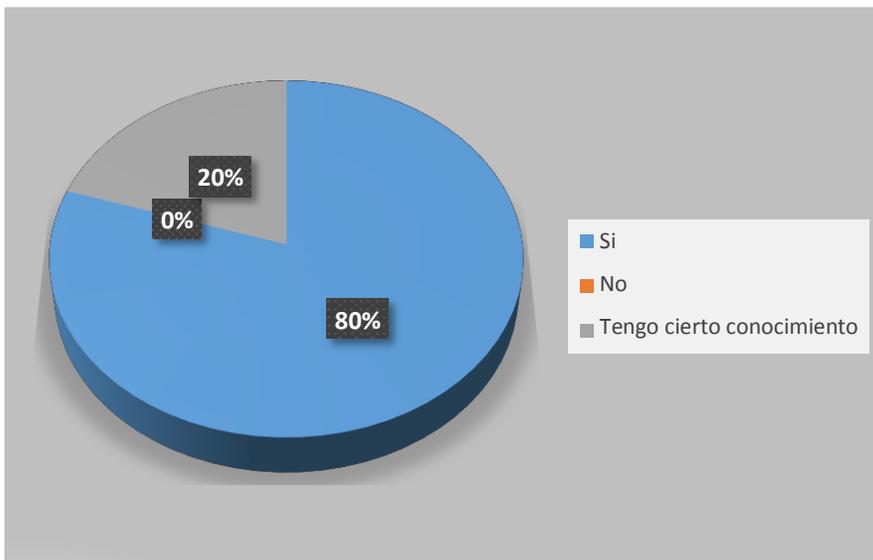


Figura 16. Conoce el termino atención al cliente

Fuente. Tabla 3

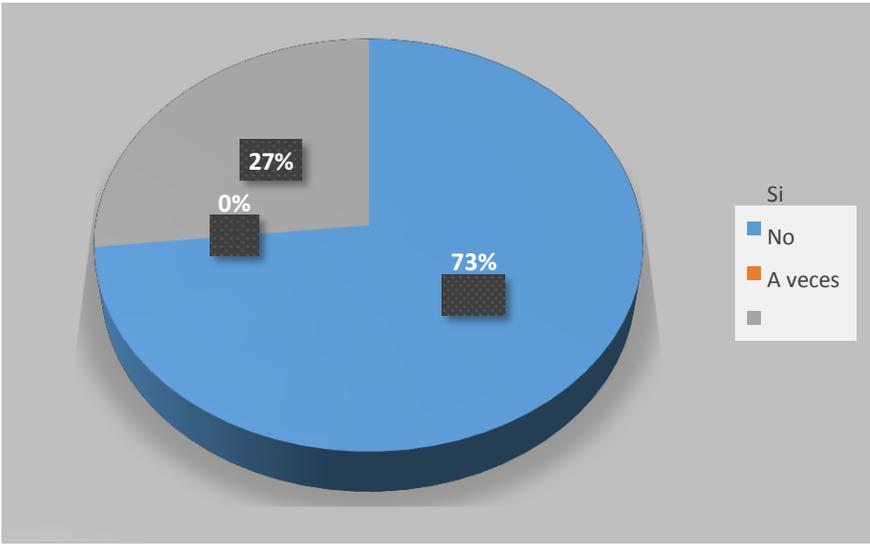


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda

Fuente. Tabla 3

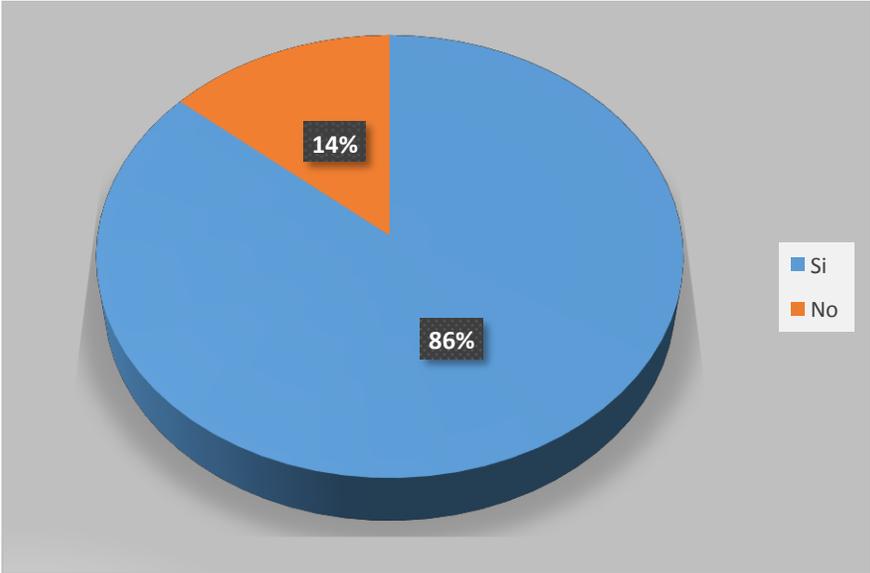


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que este regrese

Fuente. Tabla 3

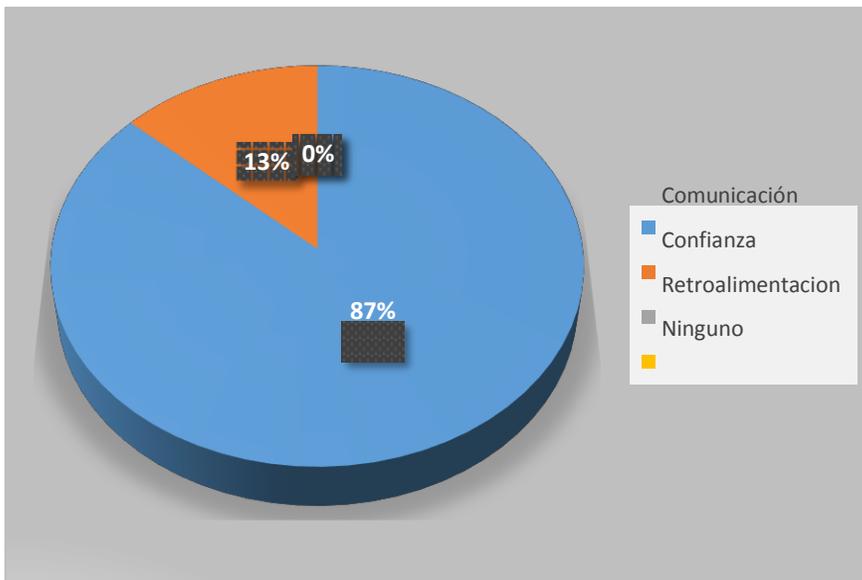


Figura 19. Herramientas que utilizan para un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

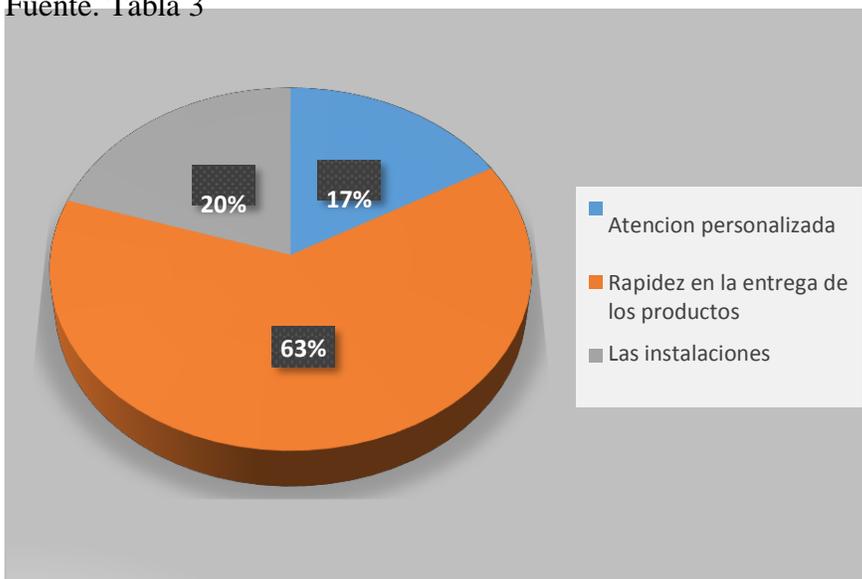


Figura 20. Principales factores para un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

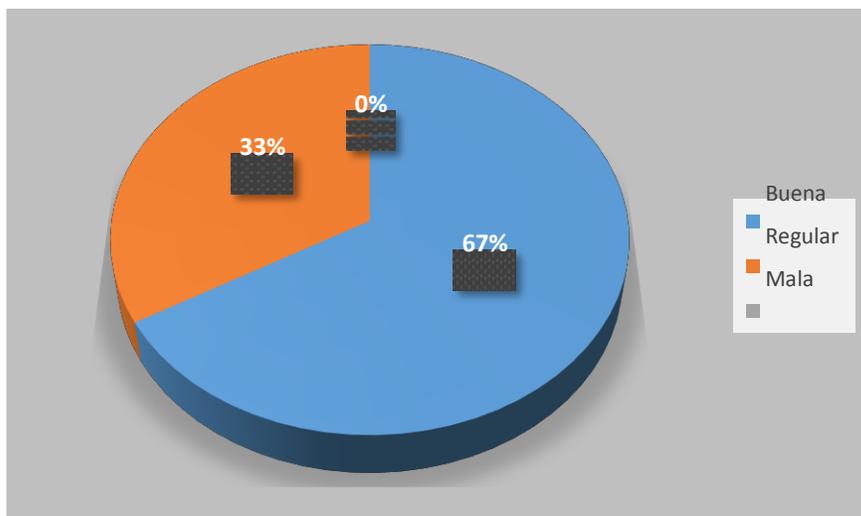


Figura 21. La atención que brinda al cliente

Fuente. Tabla 3

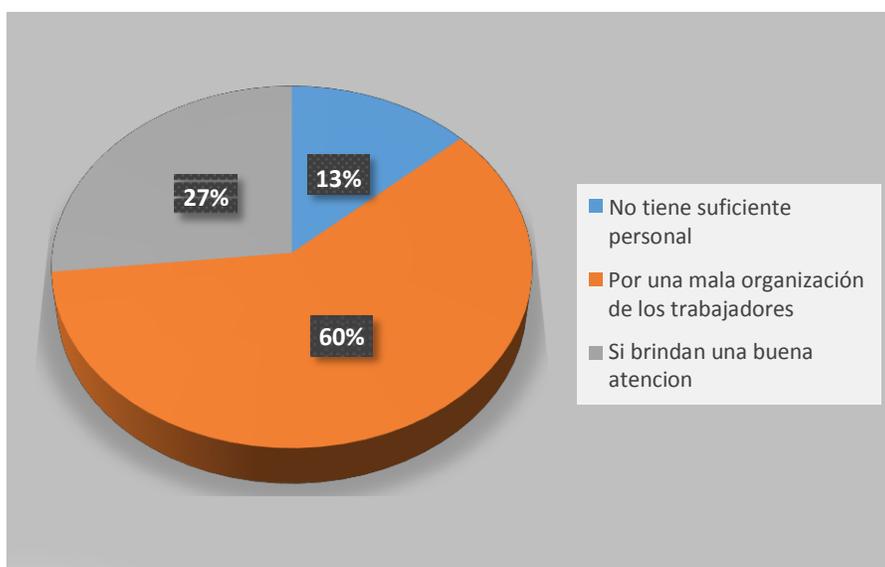


Figura 22. Consideran que están dando una mala atención al cliente

Fuente. Tabla 3

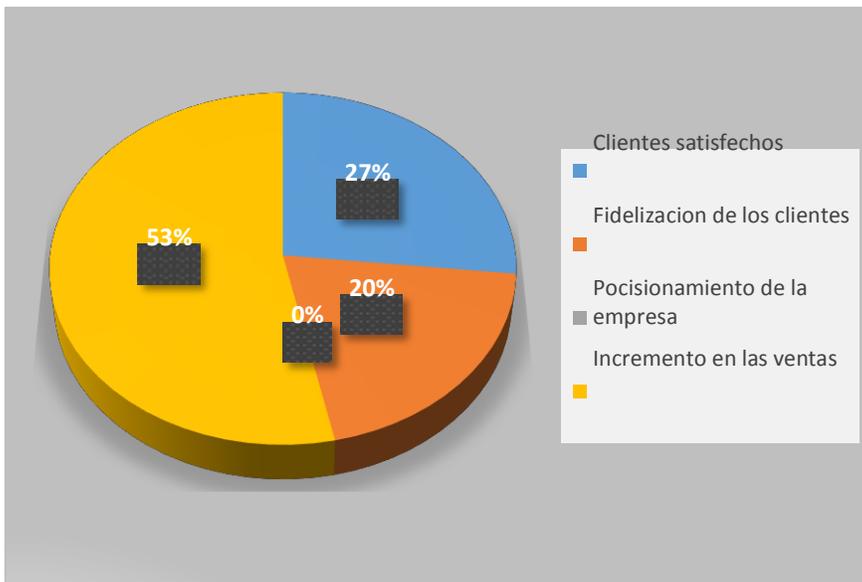


Figura 23. Resultados obtenidos brindando una buena atención

Fuente. Tabla 3