



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE  
COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE  
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL  
SECTOR SERVICIO, RUBRO POLLERÍA, CASCO URBANO  
DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, AÑO 2020

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

**AUTOR**

VELASQUEZ SAUCEDO, JOSE BENJAMIN

ORCID: 0000-0002-0631-142X

**ASESORA**

Mgtr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2023**

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6177-191X

**Presidente**

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0002-4660-9490

**Miembro**

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

**Miembro**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**Asesora**

## AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por ser quien me da las fuerzas para poder continuar en este proceso de obtener una de mis grandes metas. Por darme las fuerzas y la valentía que necesito para poder seguir adelante y así perseverar para la lucha constante y lograr lo que más anhelo mi corazón.

Agradezco enormemente a mis padres, por su amor y su apoyo en todo estos años, gracias a ustedes eh podido lograr una de mis metas. Gracias les doy por ese apoyo incondicional que brindan y por estar siempre ahí en todo momento, los quiero mucho.

## **DEDICATORIA**

Dedico mi trabajo especialmente a mis padres porque gracias a ellos me motivaron día a día a seguir adelante y tener perseverancia para alcanzar cada objetivo que me proponga.

Agradezco también a Antonio Cruz por darme ese apoyo incondicional, por estar ahí conmigo ayudándome hasta muy tarde y poder brindarme sus consejos para poder seguir adelante y poder culminar esta investigación.

## CONTENIDO

1. Carátula .....	i
2. Equipo de Trabajo .....	ii
3. Jurado Evaluador y Asesor .....	iii
4. Agradecimiento Y/O Dedicatoria .....	iv
5. Contenido .....	vi
6. Índice de Tablas y Figuras .....	viii
7. Resumen y Abstract .....	iix
I. Introducción .....	1
II. Revisión de literatura .....	8
2.1. Antecedentes .....	8
2.2. Bases teóricas .....	41
III. Hipótesis .....	52
V. Metodología .....	53
4.1. Diseño de la investigación .....	53
4.2. Población y Muestra .....	54
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores .....	56
4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos .....	60
4.5. Plan de análisis .....	61
4.6. Matriz de Consistencia: .....	62
4.7. Principios éticos .....	64
V. RESULTADOS: .....	65
5.1. Resultados .....	65
5.2. Análisis de Resultados .....	70
VI. Conclusiones .....	82
VII. Recomendaciones .....	84
Referencias Bibliográficas: .....	94
Anexos .....	103

## ÍNDICE DE TABLAS

### Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresa del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020 .....	65
Tabla 2. Característica de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020... ..	66
Tabla 3. Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020... ..	67
Tabla 4. Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020... ..	68
Tabla 5. Propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020 .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes. ....	129
Figura 2. Genero del representante.....	129
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes. ....	130
Figura 4. Cargo que desempeña los representantes .....	130
Figura 5. Tiempo que se desempeña los representantes en el cargo. ....	131
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro. ....	131
Figura 7. Número de Trabajadores de la Micro y pequeñas empresas. ....	132
Figura 8. Vinculo de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas. ....	132
Figura 9. Objetivo de las micro y pequeñas empresas. ....	133
Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad.....	133
Figura 11. Conocimiento de las técnicas de la gestión de calidad.....	134
Figura 12. Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad. ...	134
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento personal.....	135
Figura 14. Rendimiento el negocio con la gestión de calidad. ....	135
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos .....	136
Figura 16. Conocimiento de atención al cliente.....	136
Figura 17. Aplica gestión de calidad.....	137
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para el cliente regrese.....	137
Figura 19. Herramientas de servicio de calidad... ..	138
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio. ....	138
Figura 21. Atención brindada a los clientes.....	139
Figura 22. Se considera que se da una mala atención. ....	139
Figura 23. Resultados dando una buena atención al cliente .....	140

## RESUMEN

La presente investigación Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020. Presento el objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de sector servicios, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020. La metodología fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo de propuesta. Para el recojo de información fue una muestra de 4 Mypes de una población de 15 Mypes se les aplico un cuestionario de 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 75% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 75% son género masculino. El 100% son administradores. El 100% de los representantes no laboran con familiares. El 50% utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. El 50% de los representantes de las Mypes utilizan la observación como herramienta de servicio al cliente. El 75% de los representantes consideran que la atención es buena. El 50% considera que brindan una buena atención, se concluye que la mayoría de las Mypes aplican gestión de calidad, dado que utiliza la comunicación esto lleva a que se pueda fidelizar a los clientes, si brindan una buena atención al cliente ya que tienen una atención personalizada.

**Palabras clave:** Atención, Calidad, Cliente, Fidelizar, Gestión.



## **ABSTRACT**

The present investigation Proposal for improvement in customer service as a relevant factor of quality management in micro and small companies in the service sector, poultry industry, urban area of the Chimbote district, year 2020. I present the general objective: Establish a proposal for improvement of customer service as a relevant factor in the quality management of micro and small companies in the service sector, poultry shops in the urban area of the district of Chimbote, year 2020. The methodology was of a non-experimental design - cross-sectional - descriptive of the proposal . For the collection of information, it was a sample of 4 Mypes from a population of 15 Mypes, a questionnaire of 23 questions was applied to them, through the survey technique, obtaining the following results: 75% of the representatives are between 18 and 30 year old. 75% are male. 100% are administrators. 100% of the representatives do not work with family members. 50% use customer service as a management tool. 50% of Mypes representatives use observation as a customer service tool. 75% of the representatives consider that the service is good. 50% consider that they provide good service, it is concluded that most Mypes apply quality management, since they use communication, this leads to customer loyalty, if they provide good customer service since they have a personalized attention.

**Keywords:** Attention, Quality, Customer, Loyalty, Management.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Hoy en día las Mypes son un factor decisivo para el crecimiento del país ya que generan empleo, es de vital importancia no subestimar a las Mypes por el tamaño que tienen, que por ser pequeñas no es necesario un sistema de control. En el Perú hay más 3.5 millones de Mypes en las que el 84.7% es informal. La mayor parte de las empresas no tienen conocimiento de cómo ser legal.

En el Perú una microempresa es aquella persona natural o jurídica con un volumen de ventas a 150 UIT (562,500 nuevos soles) y que ocupen un máximo de 10 trabajadores. Estas empresas son reguladas por la Ley de MYPES, que tienen como objetivo promover su competencia, desarrollo que ofrece. Las Mypes son de mucha importancia porque son creadoras del 80% del empleo.

Las micro y pequeñas empresas son los que mayor empleo ofrecen, por tanto, requieren contar con personal idóneo y capacitado de acuerdo a las necesidades y exigencias actuales del mercado, algunos reclutan sin tener claro el perfil del empleado que tiene un impacto negativo, esto puede provocar pésimo desempeño de sus labores, a lo que se suma el mal clima laboral y pésima imagen empresarial. Las empresas en el Perú y el mundo cada vez buscan ser más competitivas; por ello, es importante analizar la situación actual de las mismas para implementar sistemas de gestión de calidad que permitan aplicar políticas que ayuden a las empresas a optimizar procesos de mejora continua y así lograr la satisfacción del cliente. Siendo esta una preocupación de que las micro y pequeñas empresas (MYPES) sean cada vez más competitivas. Actualmente las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías, presentan deficiencias a nivel empresarial, esto involucra aspectos económicos,

financieros humanos y administrativos, impidiendo el desarrollo de experiencias asociativas de tipo gremial y empresarial; donde, la escasa preparación de las MYPES, no les permite desarrollar su capacidad competitiva frente a sus competidores, esta limitante en la mayoría de los casos es porque los mismos microempresarios tienen poca valoración a la instrucción y desarrollo empresarial.

Por otra parte existen micro y pequeñas empresas ubicadas específicamente en la zona céntrica del distrito de Chimbote dedicadas al rubro de pollerías, pero sus representantes desconocen cómo tener una gestión de calidad y la atención al cliente, el desconocimiento de técnicas de rendimiento del personal, el no tener un plan para mantener a sus clientes y adquirir clientes potenciales, ha generado que el empresario no pueda competir con el crecimiento de la competencia y con los cambios del mercado; afectando de esta manera el crecimiento económico de la empresa, el cual, el no tener ingresos ha generado muchas veces el cierre del negocio.

El apareamiento de economías nuevas y con el rápido desarrollo de la tecnología ha transformado a las empresas de gran manera. El proceso de cambio de las Mypes se necesita utilizar nuevas herramientas de gestión para que pueda hacer frente a los cambios y pueda así una mejora de su productividad y se garantice la satisfacción el cliente.

Esta investigación está relacionado con la noción de las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las Mypes y tiene como objetivo informar y orientar a los empresarios que así tengan una mejora de acuerdo a la gestión de su negocio, también manifestara lo que sucede en las Mypes de todos los países, como los siguientes

En Estados Unidos, el mercado estadounidense presenta una gran variedad de oferta y demanda en todos los sectores. Las empresas que acceden a esta economía pueden conseguir un fuerte impulso, pero también deben estar atentas a sus exigencias. El país sigue ofreciendo muy buenas oportunidades a los emprendedores que cada año siguen ofreciendo las mejores condiciones de sus emprendimientos. Los datos muestran que el 52% son de las empresas pequeñas las cuales ofrecen mayor oportunidad laboral ya sea a mayores, jóvenes o estudiantes. EE UU posee un sistema muy sólido para los pequeños negocios que han sido creados, que tiene por nombre Programa de Asistencia Financiera de la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa, cuyo fin es dar apoyo a los minoritarios. (Castro, 2018)

Colombia, las micro y pequeñas empresas fueron reconocidos en los 2000 lo que surgió una investigación y permitió que puedan entender mejor a las Mypes el proceso de crecimiento. Desde entonces, su desarrollo y crecimiento ha aumentado gracias a este estatus legal. Es por ello, que su crecimiento al día de hoy ha sido tan fructuoso que, según información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, este tipo de empresas de menor tamaño representan 90% del total de las empresas del país, y no sólo eso, sino que crean 80% de los empleos nacionales y generan 50% del Producto Interno Bruto. Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) ha revelado que se han registrado 2.518.120 PYMES a las Cámaras de Comercio. Este total se puede dividir en 39.9% de sociedades o personas jurídicas y 60.1% de personas naturales. Finalmente es preciso recalcar que el papel de las Pymes es cada vez más notorio dentro del engranaje económico de Colombia. Agrupan el mayor número de unidades productivas y en los últimos años se ha identificado una correlación

importante entre la tasa de creación de este tipo de empresas y el crecimiento del PIB. (Vivaldi, 2019)

En Chile es uno de los países con la economía más fuerte ya que pudo salir de la crisis económica en el año 1999 – 2000. Estas empresas gracias a su tamaño y a estar en una buena posición ayuda a que sigan creciendo, estas Mypes son el 96% del total de empresas. En el 2017 según los datos existen 1.445.921 de empresas, las cuales 697.513 están en la formalidad y 748.408 son informales. (Samsing, 2019)

En Perú las Mypes es fundamental porque ayudan a la creación de empleo y ayuda a la disminución de la pobreza pero cabe recalcar que las Mypes no pueden participar en el comercio internacional porque tiene niveles bajos de calidad y gracias a ellos no puede adaptarse. (Zuñiga, 2017)

En Ancash, hay una mayor parte que son emprendedores que la luchan día a día por la economía que esta complicada, en consecuencia la asistencia técnica es de vital importancia y que el gobierno pueda dar talleres, charlas y seminarios en temas de gestión para que los microempresarios puedan mejorar en el desarrollo de la empresa.

Por ultimo en Chimbote, 18 mil Mypes son activas en santa, y pese a su mayor fuerza laboral no consigue avanzar. De acuerdo con la PEA, operan un aproximado de 17 mil 467 Mypes que en sus negocios tiene de 1 a 5 personas y otras son 1574 son medianas que tienen de 6 a 10 personas a su cargo. Se sabe que las Mypes forma la base empresarial de un país y estas se consideran como generadoras de empleo. (Foumier, 2018)

Se conoce que las Mypes tienen muchas dificultades que pueden ser una mala gestión de calidad, el desinterés, un mal trato hacia los clientes, esto sucede por una falta de

conocimiento. Por consiguiente el enunciado del problema de investigación es: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020?

Para poder dar respuesta a la pregunta de investigación se plantea el siguiente objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de sector servicios, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano de Chimbote, año 2020. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020. Determinar las principales características de la atención al en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020. Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020. Elaborar un plan 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, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Esta investigación se justifica porque permitió describir y conocer las principales características de los representante en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Así mismos esta justificación nos permitirá conocer la realidad de las pollerías, también se observara el desempeño de la gestión de calidad y atención al cliente, su función en el ámbito empresarial. También servirá como fuente de ayuda para futuros estudiantes que deseen comparar sus tesis, gestión de calidad en el rubro pollerías.

Algunos problemas encontrados en las empresas y como mejorarlos son que no utilizan las técnicas modernas de gestión de calidad, dando información sobre la técnica atención al cliente ya que con ello puede optimizar la relación de sus consumidores, de qué forma, pues de clientes satisfechos ya que no solo compraran si no recomendaran el servicio a otras personas; no aplican las herramientas necesarias para que puedan dar un servicio de calidad, además implementando todas las técnicas de servicio de calidad y puedan ir mejorando y corrigiendo como empresa; en el personal no se adaptan los cambios, preparar a las personas para que así puedan tener una buena gestión y atención además incentivando al personal dando reconocimientos dentro de la empresa o también incentivos económicos; el desconocimiento del puesto, ilustrar al empleado todas las funciones de la empresa y enfatizar en el cargo o puesto que estará para que así pueda desenvolverse y haya una mayor productividad dentro de la empresa por parte del trabajador.

La investigación fue no experimentas – transversal – descriptivo de propuesta. Se utilizó una muestra de 4 representantes de una población de 15 Mypes a los cuales se aplicó el cuestionario de 23 preguntas a través de la encuesta obteniendo los resultados siguientes: El 75% de representantes tiene de 18 a 30 años. El 75% es de género masculino. El 100% son administradores. El 100% de representantes no labora con familia. El 50% manejan la atención al cliente. El 50% utilizan la observación como herramienta. El 50 % afirma que si da una buena atención. Se concluye que la mayoría

de las Mypes utilizan la gestión de calidad, esto lleva a que pueden lograr la fidelización de los clientes y además teniendo una atención personalizada ayuda a que pueda haber un incremento en las ventas.



## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **Antecedentes internacionales**

En este trabajo se entiende por antecedentes internacionales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en cualquier ciudad de algún país del mundo, menos de Perú; sobre aspectos relacionados con nuestro objeto de estudio.

Revisando los antecedentes se ha podido encontrar lo siguiente:

#### **Variable 1. Atención al cliente**

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa, presentada en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala; tuvo como objetivo evaluar la calidad en el servicio al cliente. Objetivos específicos: Calcular el índice de calidad del servicio con el método ServQual. Determinar la brecha de insatisfacción de los clientes, según la diferencia entre las expectativas y percepciones. Realizar una evaluación 360°, para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. La evaluación se realizó en una muestra de 70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir expectativas. La evaluación de la calidad del servicio se realizó mediante el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones. Entre los principales resultados obtenidos a través de la investigación se encuentra una caracterización de los clientes, con la que se determinó la frecuencia de

los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado. Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas. Con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias entre las percepciones de los 11 colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan.

Villalba (2016) en su tesis Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y Sugerencias de Mejora; esta investigación tuvo como objetivo: 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. Objetivos Específicos: Determinar las posibles causas que afectan a las expectativas del cliente por parte del servicio que obtienen. Establecer un diagnóstico de la calidad de servicio y atención al cliente que ofrece cada uno de los restaurantes. Definir estrategias de mejora que permitan brindar un servicio de calidad al cliente. La metodología del estudio fue: tipo descriptiva, con el objetivo de evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente de tres restaurantes: Azuca Beach, Azuca Latin Bistro y Q restaurant, ubicados en la Plaza Foch sitio turístico y de entretenimiento de la ciudad de Quito. Se obtuvo como resultado: una propuesta de mejora tanto para el servicio como para el clima laboral, mismo que permita alcanzar el éxito en el desempeño de las operaciones de los restaurantes. Se concluyó que: en cuanto al uso del sistema de medición de calidad empleado, se pudo constatar que este se ajusta y es congruente con los resultados que se requería obtener,

sin embargo, es necesario adicionar otras escalas de medición, como por ejemplo la medición del tiempo entre el cual el cliente acude al establecimiento y el tiempo de recibo de su orden solicitada, que repercute en la percepción del servicio otorgado.

Rivera (2019) en su tesis denominada La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador para optar por el Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas de la Universidad de Santiago de Guayaquil; el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio ofrecido a través del Modelo Teórico Servqual a fin de identificar la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador. La metodología empleada fue la siguiente: Para la adquisición del conocimiento se aplicó el esquema deductivo a través de la herramienta Servqual, con el que se midieron 5 dimensiones (tangibilidad, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía); así mismo la investigación tuvo alcance descriptivo porque permitió la interpretación correcta de las percepciones y expectativas de la calidad del servicio, fue una investigación no experimental transversal ya que no hubo alteración de variables. Con respecto al instrumento utilizado fue modelo SERVQUAL, la técnica de recolección de datos con la aplicación de dos cuestionarios. La población muestral estuvo conformada por 336 clientes exportadores de la empresa, teniendo como muestra en estudio a 179 clientes. Los resultados obtenidos producto de la investigación fueron los siguientes: Percepción, tuvo los siguientes resultados: Un 47% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo en que la empresa utiliza equipos de tecnología modernos, el 48% estuvo totalmente de acuerdo que la empresa cuenta con instalaciones físicas cómodas, atractivas y modernas; así mismo el 63% totalmente de acuerdo que los empleados de la empresa están siempre bien uniformados y con una

apariciencia limpia y agradable; un 60% está totalmente de acuerdo con la información que recibieron acerca de los materiales asociados al negocio tales como itinerarios, bookings, cotizaciones; un 46% están en desacuerdo con la fiabilidad del servicio, el 17% están bastante en desacuerdo con respecto a la resolución de problemas por parte de la empresa, el 28% de encuestados estuvo en desacuerdo con las respuestas a tiempo desde la primera vez, el 34% están en desacuerdo con respecto a la entrega de documentos de exportación a tiempo, por otro lado el 33% manifestaron estar en desacuerdo acerca de la culminación de servicios en tiempo promedio. El 38% se encontraron bastante en desacuerdo con respecto a que la empresa mantiene informado a los clientes en lo referente a la ejecución de los servicios (revisión de costo locales); el 26% de encuestados estuvieron en desacuerdo y un 26% no están de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a la prontitud de los servicios, un 47% de encuestados estuvieron totalmente de acuerdo en que la resolución de problemas por parte de la empresa si están dispuestos a ayudarlos; el 31% estuvieron bastante de acuerdo en que los empleados de la empresa están ocupados para responder sus requerimiento, con respecto a la seguridad que sienten los clientes trabajando con la Empresa Greenandes Ecuador el 29% expresó estar totalmente de acuerdo.; con respecto a la amabilidad y respeto de los clientes un 34% indicaron sentirse totalmente de acuerdo, los empleados deben tener conocimiento naviero para responder las preguntas un 41% expresaron estar totalmente de acuerdo, un 44% indicaron estar totalmente de acuerdo en que los empleados inspiran confianza. Con respecto a la atención personalizada un 53% se mostraron totalmente de acuerdo; el 44% estuvo totalmente de acuerdo en que la empresa si se preocupa por cuidar los intereses de los clientes, en cuanto a la atención de necesidades específicas un 47% estuvieron totalmente de acuerdo, en cuanto a la

amabilidad y el buen trato un 48% se mostraron totalmente de acuerdo, en lo referente a los horarios el 47% se encuentro bastante de acuerdo.

## **Variable 2. Gestión de calidad**

Sánchez (2017) en su tesis Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger diner de gyalan ,Zacapa, tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán , y sus objetivos específicos fueron Calcular el índice de calidad del servicio con el método ServQual, y Determinar la brecha de insatisfacción de los clientes, según la diferencia entre las expectativas y percepciones, Realizar una evaluación 360°, y para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. La metodología fue diseño no experimental y transversal, descriptivos con una población de 1,446 donde se aplicó una muestra de 70 clientes llegando a los siguientes resultados: El 24% de los clientes dijo visitar el restaurante una vez cada dos semanas. El 42% de los clientes encuestados dijo haberse enterado de Pizza Burger Diner a través de otros medios de comunicación (redes sociales y comunicación de boca a boca). EL 42% de clientes que visitan el restaurante, son procedentes de las aldeas de Gualán, las percepciones, que representa lo que el cliente recibe del servicio (5.53 promedio). Llegando a las siguientes se evaluó la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método ServQual para calidad de servicio.

López (2018) en su tesis Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, planteó como objetivo: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante

Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. La metodología de la investigación es mixto-cualitativo. Para la recolección de datos se trabajó con una población conformada por los clientes que consumen en el restaurante Rachy's en un período de recolección de información de datos de una semana, mientras que la muestra estuvo compuesta por 365 clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 50% de los clientes son de género masculino, el 70% está de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante, el 67% está de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva, el 49% no está de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra, el 70% está de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa, el 68% no está de acuerdo ni en desacuerdo que los utensilios, bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestados con adecuado estado de limpieza, el 40% no está de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero, el 48% no está ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez, el 46% no está ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos, el 47% está de acuerdo que el personal del restaurante Rachy's le comunica cuando no va a presentar sus servicios, el 41% no está de acuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido, el 40% no está de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos, el 40% no está de acuerdo que el personal del restaurante les comunica como es el proceso para ser servidos, el 39% está de acuerdo que el comportamiento del personal del restaurante

le inspira confianza, el 41% no está de acuerdo que los empleados del restaurante son amables, el 47% no está de acuerdo que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas, el 47% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo que se ofrece información detallada sobre el menú diario y normas en las instalaciones del restaurante, el 46% no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada, el 46% no está de acuerdo que el restaurante ofrece horarios de servicios convenientes a las necesidades de los clientes, el 44% no está de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus inquietudes y sugerencias, el 36% no están de acuerdo que el restaurante comprende las necesidades alimenticias de sus clientes, el 79% no se encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del restaurante, el 88% se encuentra en una posición intermedia con respecto a sus sentimientos hacia el servicio que presta actualmente el restaurante, el 39% no está de acuerdo que el restaurante cumple con sus expectativas, el 87% no está ni acuerdo, ni en desacuerdo en aumentar el pago que se realiza a cambio de mejoras del servicio, el 87% no está ni de acuerdo, ni en desacuerdo en si recomendaría el restaurante Rachy's a otras personas. Se concluyó que, referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio, en donde se observó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

Escobar y Goyes (2019) en su investigación Estudio de modelos de gestión de calidad en restaurantes del cantón Playas, provincia del Guayas, tuvo como problema

general: Analizar los procesos de gestión de calidad de los restaurantes del cantón playas, provincia del Guayas; la metodología utilizada fue de diseño descriptivo - transversal. Para la recopilación de datos se trabajó con una población compuesta por los clientes de los distintos restaurantes seleccionados durante el período conformado por los meses de mayo, junio y julio del 2019, mientras que como muestra se consideró a 382 clientes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas mediante la técnica de la encuesta Obteniendo los siguientes resultados: El 55,50% corresponde a una edad de entre 18-32 años de edad, el 56,28% pertenece al sexo masculino, el 69,61% manifiesta sentirse parcialmente en desacuerdo con que el restaurante cuenta con máquinas, equipos de apariencia moderna y atractiva, el 76,96% se encuentra totalmente de acuerdo con que las instalaciones del comedor son visualmente atractivas, el 80,10% indica sentirse de acuerdo con la apariencia adecuada y pulcra de los trabajadores, el 39,79% manifiesta que se encuentra parcialmente de acuerdo con que la comida brindada en el comedor luce apetecible, el 39,79% está parcialmente de acuerdo con que los utensilios con los que ingieren los alimentos se encuentran higiénicos, el 39,79% se encuentra parcialmente de acuerdo con que el personal muestra interés ante una queja por parte del cliente, el 38,22% se encuentra totalmente de acuerdo con que el mismo personal atiende al cliente durante todo el proceso de servicio, el 38,74% indica estar parcialmente en desacuerdo con el cumplimiento de los horarios establecidos, el 64,40% manifiesta sentirse de acuerdo con la comunicación del restaurante cuando no puede prestar el servicio que brinda con normalidad, el 52,88% se encuentra totalmente de acuerdo con la rapidez en el servicio brindado por el restaurante, el 80,10% se encuentra parcialmente de acuerdo con que el personal este siempre dispuesto a ayudar, el 52,88% se encuentra totalmente de



acuerdo con la comunicación oportuna del proceso por parte de los empleados del restaurante, el 64,40% manifiesta sentirse parcialmente en desacuerdo con el comportamiento del personal que se encuentra en el comedor y la confianza inspirada, el 45,55% señala sentirse parcialmente en desacuerdo con la amabilidad brindada por los empleados del restaurante encuestado, el 79,06% se encuentra parcialmente de acuerdo con el nivel de conocimientos de los empleados del restaurante para poder responder las preguntas realizadas por los clientes, el 52,88% se encuentra totalmente de acuerdo con la información detallada, así como el menú diario y las normas de las instalaciones del restaurante, el 63,35% indica sentirse parcialmente en desacuerdo con la atención personalizada brindada por el personal, el 59,16% se encuentra totalmente de acuerdo con los horarios de servicio conveniente para los clientes, el 80,10% se encuentra parcialmente de acuerdo con la capacidad del personal del restaurante para recibir inquietudes y sugerencias, el 80,10% manifiesta sentirse de acuerdo con la comprensión del restaurante por satisfacer las necesidades alimenticias de los clientes, el 51,83% se encuentra totalmente de acuerdo con la satisfacción de los clientes luego del uso del servicio brindado por el restaurante, el 80,10% se encuentra parcialmente de acuerdo con el confort debido al servicio que presta actualmente el restaurante, el 59,16% se encuentra totalmente de acuerdo con el cumplimiento de las expectativas del consumidor en relación al servicio prestado, el 59,16% que se encuentra totalmente de acuerdo con aumentar el pago de los productos y servicios con la finalidad de realizar mejoras en el servicio brindado, el 80,10% manifiesta sentirse de acuerdo con la recomendación hacia el uso del restaurante a otras personas. En conclusión, se determinó que en el cantón Playas, provincia de Guayas se puede identificar el nivel de competitividad caracterizado por la apertura de

restaurantes que implementan un modelo de gestión que permite brindar un correcto servicio al cliente y gestión de calidad de los alimentos que se brindan en el mismo.

### **Antecedentes nacionales**

En este trabajo se entiende por antecedentes nacionales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en cualquier ciudad del Perú, menos la región Ancash – Provincias; sobre aspectos relacionados con nuestro objeto de estudio. Revisando los antecedentes se ha podido encontrar lo siguiente:

#### **Variable 1. Atención al cliente**

Villacorta (2019) en su trabajo Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal – no experimental y diseño descriptivo. La población estuvo integrada por 11 restaurantes de la Urbanización Los Jardines, Trujillo, a los cuales se les aplicó una cuestionario y se obtuvieron los siguientes resultados: el 55.00% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 64.00% son varones, el 55.00% tienen superior universitario, el 82.00% de los representantes son dueños, el 45.00% cuentan con tiempo de permanencia de 7 a más años, el 55.00% de las MYPE permanecen más de 7 años en el mercado, el 91.00% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 100.00% de las MYPE son creadas para generar ganancias, el 45.00% conocen el término gestión de calidad a la misma vez el 45.00% tienen cierto conocimiento de

gestión de calidad, el 100.00% conocen lo que es la atención al cliente, el 82.00% tienen dificultad de los trabajadores no se adaptan a los cambios, el 82.00% miden el rendimiento del personal a través de la observación, el 100.00% si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad, el 82.00% señala que brindan una buena atención al cliente y el 73.00% considera que la mala atención se genera por una mala organización de los trabajadores. Finalmente se concluye: En conclusiones la mayoría de los representantes de las Mypes nos confirman que la mala atención es a causa de la mala organización de los trabajadores, la mayoría de los representantes de las Mypes brindan buena atención al cliente.

Horna (2017) en su estudio de investigación Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016; que tiene como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016. El diseño de la investigación fue no experimental, de corte transversal y descriptivo, para obtener información trabajaron con una población y muestra de 10 MyPE. Las cuales se le aplicaron el instrumento cuestionario y la técnica de la encuesta. Llego a los siguientes resultados: En cuanto a los datos generales, el 40% de los representantes tiene de 50 a más años, el 70 % son del género masculino, el 50 % cuenta con grado de instrucción técnica. Con respecto a las MyPE, el 50 % de las MyPE tienen entre 0 a 5 años de permanencia en el mercado, el 60 % cuentan con 1 trabajador, el 60 % se formó por emprendimiento y el 60 % alquila su local. En relación a la variable, el 50 % de representantes desconoce el término gestión de calidad y el otro 50 % lo conoce, el 80 % implantaría la gestión de calidad en sus

negocios, el 80 % conoce a sus clientes, el 70 % no realiza seguimiento a sus clientes y el 70 % de MyPE se demora 10 minutos en realizar una entrega. Se concluye que: En su minoría los representantes de las MyPE tienen de 50 años a más, siendo personas que no tendrán mucha disposición a los cambios y además las empresas son sólidas dado la experiencia de los dueños. Con respecto a los representantes la mitad cuentan con grado técnico lo que significa que están preparados y posiblemente predispuestos para los cambios y mejoras, así mismo las MyPE cuentan con una permanencia de 5 años a más dentro del mercado acumulando experiencia, una amplia cartera de clientes y una rentabilidad estable, de igual manera no conocen el termino gestión de calidad, pero la otra mitad si. A su vez, la mayoría de representantes son del sexo masculino debido a que se requiere mayor empleo de fuerza y está acorde a sus características físicas, del mismo modo se abastecen en sus actividades con un solo trabajador, de igual manera formaron 13 sus empresas a modo de emprendimiento esto nos demuestra que en la ciudad de Otuzco hay personas que identifican las oportunidades tomando decisiones propias de emprendimiento y organizando sus recursos propios para así emprender su empresa, sobresalir y mejorar la estabilidad económica; además en su mayoría los representantes alquilan locales, pero no le hacen seguimiento postventa para constatar si estos quedan totalmente satisfechos con la atención y por ultimo no demorar más de 10 minutos en entregar un producto demostrando así eficiencia, brindándole una satisfacción plena al cliente. En su gran mayoría los representantes tienen pensado implementar el uso de la gestión de calidad para así mejorar su servicio y atención al cliente, del mismo modo conocen a sus clientes.

Meza (2017) en su estudio de investigación Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro

bodegas, distrito de Satipo, año 2017; que tiene como objetivo general: Determinar las Características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo, año 2017. Cuenta con un diseño de investigación no experimental, transversal y descriptivo. Trabajo con una población de 57 MyPE y una muestra de 50 MyPE. Para obtener información aplico la técnica de la encuesta y como instrumento al cuestionario. Llego a los siguientes resultados: Con respecto a las características de los representantes de las MyPE del sector comercio rubro bodegas en el distrito de Satipo, nos indica que el 50% tienen de 30 - 44 años de edad, también se observa que el 80% son mujeres, es decir que la responsabilidad recae en la mujer, así mismo, se observa que del total de entrevistados el 70% tienen secundaria. Referentes a las MyPE, el 50% tiene de 6 a más años en el rubro y también se observa que el 90% de las bodegas tiene entre 1 a 4 trabajadores; así mismo, se observa que el 90% de MyPE no tiene trabajadores registrados en planilla. El 80% de los representantes desconocen alcances de una gestión de calidad. El 100% de representantes están interesados en mejorar continuamente el servicio que brinda, el 100% de los representantes están de acuerdo en aplicar una gestión de calidad, el 80% no capacita a su personal para mejorar la realización de tareas, el 60% no ha realizado una evaluación para mejorar su nivel de servicio en atención al cliente y el 100% que los precios son cómodos. El 90% de los representantes mencionaron que los productos están bien distribuidos y accesibles para ubicarlo con facilidad. El 100% transmiten confianza y son amables con los clientes. El 100% representantes señala que muestra un sincero interés para solucionar problemas que tuvieran los clientes, el 100% manifestaron que ofrecen un servicio rápido a sus clientes. Se concluye que: Con respecto a los representantes la mitad son

personas adultas, con objetivos y metas trazadas que cuentan con empresas solidas dado a los años de experiencia, tienen de 6 a más años en el rubro obteniendo experiencia y una clientela fiel. En su mayoría cuentan con educación secundaria teniendo ciertos límites y resistencia al cambio, de igual modo no evalúa la atención brindada desconociendo así las posibles fallas cometidas. En su gran mayoría los representantes son del género femenino, de igual forma las MyPE prefieren trabajar con poco personal acorde al rubro y las actividades realizadas, además sus trabajadores están registrados en planilla, del mismo modo el personal no recibe ninguna capacitación sobre temas relacionados a la MyPE, así mismo aplican una buena distribución y acceso de los productos para una mejor y rápida ubicación. En su totalidad los representantes están dispuestos a mejorar continuamente el servicio brindado queriendo aplicar nociones de la gestión de calidad, para así transmitir amabilidad, confianza y un servicio rápido cumpliendo con la satisfacción de los clientes; de igual forma los representantes señalan que cuando se presenta algún tipo de inconvenientes muestran interés y dan solución, mostrando así eficiencia en su servicio.

## **Variable 2. Gestión de calidad**

Ponce (2018) en su trabajo Caracterización de la gestión de la calidad en el servicio al cliente para las PyME en el área de servicio de restaurantes rurales del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna del período 2017, presentado en la Universidad Católica de Los Ángeles Chimbote. Su objetivo general fue describir las características de gestión de calidad de los servicios de atención al cliente para pequeñas y medianas empresas en áreas rurales del distrito de Pocollay, la provincia y la región de Tacna en 2017. La investigación se desarrolló utilizando un modelo no

experimental - transversal y descriptivo para recopilar información. Tuvo una muestra y una población de 16 MYPE para los cuales se utilizó un cuestionario de 14 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados: El 81.25% aplica una gestión de calidad, el 56.25% utiliza la mejora continua como técnica moderna de gestión empresarial, el 56.25% considera como prioridad para determinar la calidad en su empresa la calidad del producto, el 43.75% considera la amabilidad y buen trato como prioridad ante sus clientes, el 75% considera la competitividad al momento de contratar personal, el 93.75% no realiza capacitaciones sobre atención al cliente, el 68.75% cree que una atención de calidad contribuye en el aumento de ventas y el 56.25% considera que sus empresas cuentan con un buen clima laboral. Finalmente las conclusiones son: la mayoría de las MYPE encuestadas están aplicando una gestión de calidad usando la técnica de mejora continua, y considera que la amabilidad y buen trato contribuye al aumento de las ventas en su negocio.

Briones (2017) en su tesis Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial Boticas del Distrito San Juan Bautista - Iquitos, Año 2017; teniendo como objetivo principal: Determinar si las mypes del sector comercial boticas del distrito de San Juan Bautista, se gestionan con un enfoque de atención al cliente. Cuya metodología de estudio fue: tipo no experimental, descriptivo, correlacional. En dicha investigación se aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas a través de una encuesta, de la cual se obtuvo los siguientes resultados: Respecto al emprendedor: están en el rango de 29 a 39 años (50,0%) y 40 a 49 años (40.0%); destaca el género femenino (60,0%); instrucción superior (60.0%). Respecto a la empresa: 80,0% de las mypes están formalizadas; 80,0% constituidos como persona jurídica y ven como principal interés de la

formalización el “acceso a crédito bancario” (70,0%). Respecto a la gestión y atención al cliente: 60,0% tiene definido un plan de negocio; 90.0% no definieron misión, visión y valores; el 40,0% indica que la capacitación no es prioridad; solo el 30,0% tiene un protocolo de atención al cliente y no consideran la aplicación de las sugerencias de los clientes (80.0%). Sin embargo, los entrevistados suponen que una gestión con enfoque al cliente contribuye a: “clientes satisfechos” (60.0%), “posicionamiento” (20.0%) y “nuevos servicios” (20%). Finalmente, los emprendedores del sector comercial boticas consideran que los clientes valoran el servicio y genera fidelización (80.0%). Así mismo, indicaron que las prioridades de su negocio son: la rentabilidad 60,0%, stock 30,0% y mejorar experiencia de servicio del cliente 10.0%. Se concluyó que: La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente es un proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos organizacionales para alcanzar determinados objetivos de manera eficiente y eficaz.

Pérez (2017) en su tesis Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016; tuvo como objetivo general: Analizar las principales características de la gestión de calidad en el servicio al cliente de las Micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. El diseño de investigación que utilizó fue No experimental, transversal y descriptivo. Con una población constituida por 10 Micro empresas de este rubro y utilizó una muestra dirigida al total de la población. Obtuvo los siguientes resultados: El 60% de los representantes de las Mypes son propietarios de sus empresas. El 40% de los representantes tienen entre 1 a 3 años de ocupación en el cargo. El 60% de los encuestados tienen entre 18 a 30 años de edad. El 50% son de género masculino. El



60% tienen un grado de instrucción de educación superior no universitario. El 70% de las Mypes tienen entre 4 a 5 años de permanencia en el mercado. El 70% de las Mypes cuentan desde 1 a 3 trabajadores. El 50% de las Mypes cuentan con personal colaborador familiar y externo. 80% tienen conocimiento del término gestión de calidad. El 70% de los encuestados si aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. Asimismo, llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes son personas jóvenes ya que sus edades fluctúan entre 18 a 30 años de edad, la mitad de los encuestados son de género masculino, la otra de género femenino y la mayoría de están cuentan con un grado de instrucción de nivel no universitario. La mayoría de las Mypes han posicionado la calidad de sus productos, teniendo como efecto la fidelización de clientes. La mayoría de estas Mypes cuentan con 1 a 3 colaboradores que generalmente son eventuales. La mayoría de los representantes tienen conocimiento acerca del término gestión de calidad, de igual manera la gran mayoría consideran que una buena gestión de calidad genera una mejora continua en la empresa.

### **Antecedentes regionales**

En este trabajo se entiende por antecedentes regionales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en cualquier ciudad de la región Ancash – Provincias, menos cualquier ciudad de la provincia de Santa, distrito de Chimbote; sobre aspectos relacionados con nuestro objeto de estudio. Revisando los antecedentes se ha podido encontrar lo siguiente:

### **Variable 1. Atención al cliente**

Antúnez (2017) en su investigación Gestión de calidad en Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016; tuvo el siguiente problema: ¿cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016?, a su vez se planteó el siguiente objetivo general: determinar las siguientes características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarmey, 2016. La metodología que se utilizó fue diseño no experimental, transversal – descriptivo. Se realizó un encuesta a 22 restaurantes de la ciudad de Huarmey y se llegó a los siguientes resultados: el 73.00% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 64.00% son varones, el 46.00% cuentan con estudios superiores, el 64.00% de las MYPE cuentan de 1 a 4 trabajadores, el 68.00% de las MYPE están de 0 a 3 años en el mercado, el 59.00% de los representantes si conocen una gestión de calidad, el 36.00% priorizan el buen trato a los clientes, y el 55.00% manifiesta que no capacita a los colaboradores en atención al cliente. Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de los micros empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la

oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las MYPE tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Salazar (2016) en su trabajo de investigación Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016; el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles de tres estrellas del Distrito de Huaraz; 2016. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva cuantitativa y diseño transaccional. Para el recojo de información se identificó una población de 18 empleados, de los cuales se consideró una muestra de 95 empleados, de los cuales se hizo un cuestionario de 15 preguntas por medio de la encuesta, por lo cual se obtuvo los siguientes resultados: El 31,82% manifestaron que los conocimientos de los empleados son limitados para contestar las preguntas de los clientes, 27,3% expresaron que regularmente el personal es capaz de escuchar y responder acertadamente a las opiniones de los clientes y el 38% indicaron que muy pocas veces el personal del hotel culmina el servicio en el tiempo prometido. Finalmente se concluye que en los hoteles del distrito de Huaraz existe deficiencia sobre la capacitación en atención al cliente por consiguiente existe un grupo de clientes insatisfechos con la atención brindada, mientras la otra parte optan por retirarse del establecimiento sin adquirir servicio.

Medina (2018) en su tesis Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice – Sechura Año 2018, planteó como objetivo: Conocer qué características tiene la Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Pollería, Distrito de Vice – Sechura, año 2018. La metodología empleada para la investigación fue de tipo cuantitativo - nivel descriptivo - diseño no experimental - transversal. Trabajó con una población de 3 Mypes y una muestra de 12 trabajadores. Para la recolección de datos se seleccionó como instrumento el cuestionario y como técnica la encuesta, la misma que estuvo estructurada por 29 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 100% de los encuestados afirmaron que si consideran importante el enfoque al cliente, el 75% de los datos recolectados informó que si consideran al cliente como una expectativa elevada respecto al servicio, el 75% de los trabajadores sostuvieron que si consideran que el liderazgo que se ejerce en la empresa prioriza el servicio al cliente, el 75% de los trabajadores encuestados afirman que si utilizan en la empresa recursos tecnológicos orientados a servir al cliente, el 75% afirman que si utilizan recursos tecnológicos de alta calidad, el 50% de los trabajadores manifiestan que Si tienen una buena relación entre sus compañeros, el 58% de los empleados si se sienten comprometidos con la prestación del servicio al cliente, el 75% de los clientes a veces comunican sus incomodidades, el 58% de los trabajadores manifestaron que a veces se toman en cuenta las quejas de los clientes, el 50% de los trabajadores afirmaron que a veces realizan el trabajo en forma conjunta al realizar las actividades para brindar el servicio, el 75% de los trabajadores manifestaron que no tienen manuales de atención, el 67%, manifestaron que si deben cumplir con estándares de desempeño, el 50% de los representantes mide la productividad de sus trabajadores, el 100% de los

trabajadores encuestados indican que las actividades se planifican semanalmente, el 100% considera importante la planeación de actividades para el logro de los objetivos de la empresa, el 57% brindan promociones de productos, 68% de clientes reciben trato preferencial, 81% de los encuestados si frecuentarían el lugar después de haber consumido en la MYPE, el 84% de los clientes manifestaron que sí les brindan precios adecuados, el 63% de los clientes encuestados manifestaron que es regular la atención, el 78% de los encuestaron Sí recomendarían el lugar, el 56% afirma que a veces hay comunicación fluida entre trabajador-cliente, el 82% de los clientes encuestados según la muestra si perciben que hay conocimiento del personal sobre el plato a adquirir, el 100% de los encuestados si consideran que se debe implementar el servicio delivery, el 51% de clientes encuestados señalan que si les brindan variedad de productos, el 79% si ha obtenido los precios adecuados como cliente, el 87% indica que solo a veces hay rapidez de atención, el 76% si ha percibido una atención personalizada y suficiente por parte del personal, el 79% de los clientes manifestó que si percibe un ambiente de calidad y profesionalismo. Como conclusión se determinó que la gestión de calidad, en cuanto a principios consideran importante el enfoque al cliente, el liderazgo, participación del personal, el enfoque basado en procesos, en cuanto a mejora continua: consideran importante en su totalidad la planeación para lograr los objetivos, por otro lado, respecto a atención al cliente: se destacó la importancia a través en la fidelización y valoración de los clientes, y se identificó estrategias para mejorar el servicio, implementando canales de atención, comunicación, y satisfacer las necesidades de los clientes. Por tanto, se concluyó que en los trabajadores, así como en los clientes debe existir una estrecha relación en el producto ofrecido y servicio brindado, y la gestión de los recursos utilizados.

## **Variable 2. Gestión de calidad**

Cano (2016) en su presente investigación Gestión De Calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro *Restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016*; la investigación tuvo como problema el siguiente: ¿Qué relación existe entre la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016? y como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016. La investigación fue cuantitativa, y para el recojo de la información se escogió una muestra de 93 clientes del restaurante “La Rinconada” de la ciudad de Huarmey, a quienes se le aplicó un cuestionario de 55 preguntas bajo el modelo de Likert, usando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 80% afirman que están totalmente de acuerdo con el uso de principios. El 50% están parcialmente de acuerdo con el uso de canales de atención. El 66% están totalmente de acuerdo con la atención al cliente. El 43% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo con la gestión de las quejas. El 78% están totalmente de acuerdo con el producto y el 51% con la resolución de conflictos, el 58% con la orientación al cliente, el 50% con el cumplimiento de los requisitos del cliente, el 72% con el bienestar que brinda el restaurante, así mismo el 73% también están totalmente de acuerdo con el mantenimiento de relaciones con los clientes. Las conclusiones fueron las siguientes: el 43% afirma que el nivel de atención al cliente es excelente, el

72% afirma que el nivel de satisfacción es excelente, Sí existe relación entre las variables dado la prueba chi-cuadrado de 71.058 que es mayor a 9.490.

Domínguez (2019) en su estudio Gestión de calidad con el uso de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la ciudad de Huarney, 2018, con su objetivo general: Determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso de la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la Ciudad de Huarney, 2018. El diseño de investigación fue no experimental – transversal –descriptivo. Tuvo una población de 6 establecimientos, en la cual se determinó la muestra dirigida a 2 establecimientos, así mismo se aplicó un cuestionario de 16 preguntas. Obteniendo como resultado: el 62.50% de los representantes de las micro y pequeña empresa tienen entre 31 a 50 años, el 100% de los representante tiene el grado de instrucción superior no universitario, el 75% de las mype se creó con el objetivo de mantener la estabilidad, el 100% de los representantes de las mype si conocen acerca de la Gestión de Calidad, el 100% aplican algunas técnicas para mejorar la Gestión de calidad, el 100% de los representantes de las mype si conocen acerca de la Atención al cliente, el 50% que el trato de que se les brinda al cliente es bueno, el 62,5% están capacitado para brindar un buen servicio al cliente. Concluyendo que: los encargados de los establecimientos de acuerdo a su edad ya tienen el conocimiento, la experiencia y la capacidad de poder mantener aun su negocio ya que tienen 7 años en el cargo que desempeña, así mismo, este negocio mantiene una trayectoria y buen posicionamiento en el mercado competitivo, así mismo, los representante mencionan de que si se aplica técnicas para mejorar la gestión de calidad, también conocer la atención al cliente, además la

atención que se le brinda a los clientes es bueno, y que capacitan a sus colaboradores para que brinde un buen servicio al cliente.

Córdoba (2017) realizó un estudio acerca de Gestión de calidad en la capacitación de las Micro y pequeñas Empresas, sector comercio, rubro venta minorista de electrodomésticos, ciudad de Casma, 2017; el objetivo logrado fue: Determinar las características de la gestión de calidad en la capacitación de las MYPE, sector comercio, rubro venta minorista de electrodomésticos. El enfoque de investigación fue cuantitativo, tipo básico; con diseño descriptivo simple y transeccional. La poblacional muestral fue igual a 30 representantes de MYPE de electrodomésticos, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento de medición el cuestionario estructurado. Resultados: Cerca del 60.00% de representantes tenían entre 18 y 50 años, otros 70.00% contaban con instrucción superior no universitaria, el 60.00% de las MYPE, tenían más de 3 años de antigüedad; el 68% contaban de 1 a 5 trabajadores; el 78.00% valoraban la gestión de calidad, la mayoría conocía el término; el 90.00% opinan que frecuentemente brindan el valor agregado, el 62% conocía la técnica de las 5 S y los aplica en el negocio; el 70.00% de los encuestados valoraban la capacitación como inversión, el 80.00% desarrollan siempre capacitaciones para poder atender con calidad al cliente, el 40.00% mencionan que no siempre mantienen un dialogo sobre el servicio que se brinda, y el 100% de los encuestados consideraban que toda capacitación contribuye al mejoramiento de la rentabilidad empresarial. Concluyó: Los representantes del comercio de electrodomésticos son adultos mayormente varones, tiene estudios superiores no universitarios, aunque conocen la técnica de las 5 S y la mayoría de los representantes se capacitaron antes de comenzar con el negocio; así como capacitación a su personal.



## **Antecedentes locales**

En este trabajo se entiende por antecedentes locales a todo trabajo de investigación realizado por cualquier investigador en la provincia del santa, distrito de Chimbote; sobre aspectos relacionados con nuestro objeto de estudio. Revisando los antecedentes se ha podido encontrar lo siguiente:

### **Variable 1. Atención al cliente**

Vásquez (2017) en su trabajo de investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016; planteo el 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 pollería, del distrito de Chimbote, 2016. Llego a los siguientes resultados: El 75,0% de sus representantes tienen de 31-50 años de edad, El 66,7% son de género masculino, El 75,5% tienen superior universitaria, El 50,0% tienen de 7 a 10 más años en el rubro, El 83,3% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, El 58,3% si están aplicando una gestión de calidad, El 75,0% considera más importante la amabilidad para la atención al cliente, El 75,0% manifiestan que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas, El 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas, señala que pocas veces atienden y dan solución a los reclamos de los clientes. Del estudio realizado se concluye que: La mayoría de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, la mayoría son de género masculino y así mismo la mayoría tienen grado de instrucción superior universitaria, tienen una permanencia en el rubro de 7 a más años, la totalidad de las micro y pequeñas empresa son formales y en su mayoría cuentan entre 1 a 5 trabajadores, la mayoría considera

que lo más importante para la atención al cliente es la amabilidad, así mismo la mayoría señala que brindar una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y finalmente la mayoría indica que pocas veces atienden y dan solución a los reclamos de los clientes.

Sáenz (2016) en su tesis La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015; el objetivo del trabajo de investigación fue: describir las principales características de la capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la Ciudad de Chimbote, año 2015. Obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los representantes de las MYPE: El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestados tienen edad promedio entre 31 – 50 años, el 90% son del sexo masculino, el 90% tienen estudios secundarios y superior universitarios, el 100% son dueños y el 90% tienen entre 4 a 6 más años desempeñando en el cargo. Respecto a las micro y pequeñas empresas: El 90% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 4 a más años de permanencia en el rubro, el 100% son formales, el 100% se creó para generar ganancia, el 90% tiene entre 1 a 3 trabajadores permanentes y el 90% tiene entre 1 a 3 trabajadores eventuales. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 60% se ha capacitado en los últimos años, el 60% se ha capacitado entre 1 a más veces, el 80% considera a la capacitación como una inversión, el 80% capacitó a su personal en atención al cliente y el 80% sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades. Llegando a la conclusión que la mayoría (90%) de los

representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen edad que promedia entre 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen estudios secundarios y/o universitarios, son los propietarios de dichas empresas y tienen de 4 años a más desempeñándose en el cargo. La mayoría (90%) de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 años a más de permanencia en el rubro, son formales, se crearon para generar ganancias, tiene de 1 a 3 trabajadores permanentes y de 1 a 3 trabajadores eventuales. La mayoría (60%) se ha capacitado en los últimos años, se ha capacitado entre 1 a más veces, considera a la capacitación como una inversión, capacitó a su personal en atención al cliente y sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades.

Tamara (2017) en su trabajo de investigación La gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería en los sectores A y B del distrito de Nuevo Chimbote, año 2016; aquel enunciado del problema fue el siguiente: ¿Cuáles son las principales las características de la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería en los sectores A y B del distrito de Nuevo Chimbote, año 2016? Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería en los sectores A y B del distrito de Nuevo Chimbote, año 2016. Realizada la investigación se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto a los representantes: El 75% de los encuestados tiene de 51 años de edad a más, el 75% son de sexo masculino, el 87.5% de los encuestados tiene grado

de instrucción secundaria, el 100% son los propietarios y el 75% tiene de 6 años a más en el cargo. .Respecto a la MYPE: El 75% tiene de 6 años a más en el rubro, el 75% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 100% de los trabajadores de las panaderías son familiares del propietario y el 100% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias. Respecto a la variable: El 100% de las panaderías se planifican los objetivos de la misma, el 100% no elaboran ni manuales de procedimientos ni organigramas, el 87.5% de las panaderías se capacita en la elaboración de panes y pasteles, el 87.5% evalúa a sus trabajadores mediante la medición del rendimiento de ellos, el 100% de las panaderías se afirma que se comparan los resultados del negocio con otras panaderías, el 100% afirma que se recopila información de sus clientes, el 100% asegura que si comprenden las necesidades de sus clientes, el 100% de las panaderías se considera que sus clientes prefieren su negocio por la buena calidad y el sabor de sus productos, 100% cree que sus clientes están satisfechos con sus productos, el 75% de los propietarios califican como buena la atención al cliente brindada por sus colaboradores, el 55% de los encuestados los motivos principales de satisfacción del usuario en este rubro son los horarios adecuados y el 75% de las panaderías, los propietarios aseguran que la retroalimentación con sus clientes le permite ganar más clientes. Es por ello y de acuerdo a sus resultados llegó a las siguientes conclusiones: En cuanto a los representantes: La mayoría de los representantes legales encuestados tienen de 51 años a más, son de sexo masculino, tiene educación superior no universitaria, son los propietarios de panadería y tienen de 6 años a más en el cargo que desempeñan. En cuanto a la MYPE: La mayoría de las micro y pequeñas empresas tiene de 6 años a más en el rubro, tienen de 1 a 5 trabajadores, los trabajadores son familiares del propietario y fueron creadas con el objetivo de generar ganancias. En

cuanto a la variable: Las panaderías planifican sus objetivos, no elaboran ni manuales ni tienen organigrama, se capacitan en la elaboración de panes y pasteles, evalúa a sus trabajadores midiéndoles el rendimiento, comparan sus resultados con otras panaderías, recopilan información de sus clientes, se comprenden las necesidades de sus clientes, además consideran que sus clientes prefieren su negocio por la buena calidad y el sabor de sus productos, y que están satisfechos con sus productos, aparte de ello la atención brindada es buena, los motivos principales de satisfacción del usuario en este rubro son los horarios adecuados y la retroalimentación de las opiniones de sus clientes les permite ganar más clientes.

### **Variable 2. Gestión de calidad**

Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; tiene por objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. En sus resultados obtenidos indica que: El 69% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años, El 62% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, El 54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción superior no universitaria, El 77% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños, El 69% de los representantes de las micro y pequeñas empresas vienen desempeñando en el cargo de 7 años a más, 85 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 7 años a más de permanencia en el rubro, El 69 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 5 trabajadores, El 62 % de las micro y pequeñas

empresas las personas que trabajan son familiares y el 38% son personas no familiares, El 100% de las microempresas encuestadas respondieron su objetivo de creación es generar ganancia, El 92 % de las personas encuestados respondieron que sí conoce el termino de gestión de calidad, El 100 % de los encuestados respondieron que una de las técnicas que conocen es de atención al cliente, El 61.5% de las personas encuestados respondieron que tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, 92% de las personas encuestadas dijeron que si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio, El 85 % de los encuestados respondieron que Sí ayuda la gestión de calidad a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa, El 100% de las personas encuestados de las micro y pequeñas empresas dijeron que sí conocen el termino de atención al cliente, El 100% de los encuestados dijeron si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, El 54% de los encuestados la atención que brindan es buena, El 62% de los encuestados opinan que la mala atención que se está dando a los clientes es por una mala organización de los trabajadores, El 100 % de los encuestados dijeron sí es eficiente su empresa cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes, El 100 % de los encuestados cree que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Como conclusión menciona que: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas, están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son del género masculino, con grado de instrucción superior universitaria, son dueños y desempeñan en el cargo de 7 años mas, el tiempo de permanencia en el rubro tienen de 7 años a más, tienen de 1 a 5 trabajadores, y las personas que trabajan son familiares y su objetivo de creación es generar ganancia, si conocen el término gestión de calidad, además respondieron que conocen la herramienta atención al

cliente de gestión de calidad, tiene un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, y Si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio y también ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa, que sí es fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento el cliente.

Rubio (2016) en su trabajo de investigación La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016; el motivo de esta investigación se generó por saber cómo es la calidad de atención en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. para mejorar el servicio y ser una empresa competitiva. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre Gestión de Calidad y los Factores Demográficos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., Chimbote, 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó una investigación de nivel relacional, con un enfoque cuantitativo. Para la recolección se trabajó con unas muestras de 185 pacientes atendidos en la Consulta Externa de la Clínica Robles S.A.C., durante los meses de julio, agosto y setiembre del presente año, a quienes se les aplicó dos cuestionarios uno referente a los factores demográficos más las expectativas que tiene el paciente, y el segundo referente a la percepción de la atención recibida, la técnica utilizada fue la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: la mayoría de los pacientes son de sexo masculino (63.8%); el 43.2% registran una edad de 37 a 50 años; más de la mitad (53.5%) indica tener estudio superior universitario; la mayoría de ellos (67%) son trabajadores; el 62.2% son casados y más de la tercera parte (33.4%) indican tener un ingreso mensual mayor a 4000 soles; el 53.5% de los pacientes atendidos indican estar insatisfechos con el servicio recibido. Las dimensiones de la Calidad de atención

que muestran o presentan mayor satisfacción son: Aspectos tangibles (66.5%) y capacidad de respuesta (60%), y las dimensiones que presentan mayor insatisfacción son: Fiabilidad (56.8%) y Seguridad (56.8%). Entre la variable Calidad de atención y los factores sexo, edad, grado de instrucción, ocupación, estado civil e ingreso mensual familiar del paciente existe una relación altamente significativa.

Jauregui (2017) en su trabajo de investigación Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote 2014; tuvo como objetivo: Determinar las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo Chimbote, 2014, utilizó como diseño de investigación no experimental-transversal-descriptivo, una población de 26 micro y pequeñas empresas pertenecientes al sector servicio – rubro restaurantes y determinó una muestra dirigida de 22 Mypes que aceptaron participar en la investigación. Obteniendo como resultado: El 50% de los representantes de las Mypes tienen una edad promedio de 18 a 30 años. El 50% de los representantes son de género masculino. El 37,5% de los representantes son los dueños. El 37,5% de las Mypes tienen más de 07 años en el rubro. El 62,5% de las Mypes tienen entre 1 a 3 trabajadores. El 100% de las Mypes tienen como objetivo maximizar ganancias. El 100% de las Mypes desconocen el término gestión de calidad. El 75% de los representantes de las Mypes utilizan la técnica del liderazgo. El 100% de los representantes de las Mypes perciben en que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos. Concluyendo que la totalidad de las micro y pequeñas empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo, por lo tanto, se puede decir que la mayoría de las Mypes si aplican gestión de calidad,



pero desconocen el término, la totalidad tiene como finalidad maximizar ganancias para apoyar a sus familias, la mayoría tienen una permanencia en el rubro de 07 años, esto les ha permitido posicionarse mejor, así mismo en su mayoría cuentan entre 1 a 3 trabajadores, la mayoría de los representantes de las Mypes son jóvenes ya que tienen una edad que oscila entre 18 a 30 años, cuentan con experiencia significativa en el rubro, la mayoría son de género masculino, son ellos los emprendedores de sus negocios y cuentan con estudios superiores no universitarios, finalmente son dueños propios.

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

### **Variable 1. Atención al cliente**

Serna (2017) plantea que la atención al cliente es una herramienta muy importante, por lo que la atención al cliente es un conjunto de estrategias desarrolladas por una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes externos mejor que los competidores; por lo que señala que hay tres factores (elementos, fases, clasificación) y están agrupados en la calidad de atención al cliente. Con base a esta definición concluimos que el servicio al cliente es fundamental para el crecimiento del negocio. Los microempresarios deben hacer todo lo posible para mejorar el servicio ya que el objetivo es generar bienestar creando una percepción positiva del servicio, aumentando así el valor de la empresa. Por lo tanto la atención al cliente independientemente del tipo de negocio debe alcanzar dos objetivos básicos:

- La relación directa con sus clientes y el análisis de su comportamiento para detectar los puntos que precisan mejoras.
- La atención de las reclamaciones de los clientes y la búsqueda de soluciones y compensación por los incumplimientos en su caso.

### **Dimensión 1. Elementos**

Tarodo (2018) define sobre los elementos de la atención al cliente los cuales son:

**Entorno:** Es aquel que está formado por todos los elementos físicos y elementos agregados para su puesta en funcionamiento. La opinión que tienen los clientes es muy importante si se quiere que tenga una buena sensación de la empresa y eso es posible

si el entorno es aceptable. Por ejemplo: Un edificio sería un elemento físico y su ambiente sería un elemento accesorio.

**Organización:** Es aquella que está formada por todos los elementos inmateriales o intangibles que se utiliza para despachar y satisfacer a los clientes. Por ejemplo: en una empresa, uno de los elementos de la organización más importantes es el departamento de atención al cliente.

**Empleados:** Son aquellas personas que forman parte de la empresa y que son muy necesarias para relacionarse con los clientes. La imagen de la empresa dependerá de la imagen que los clientes tengan de los empleados de la empresa.

## **Dimensión 2. Fases**

Escudero (2017) define sobre las fases de la atención al cliente los cuales son:

### **Indicadores**

**Acogida:** Consiste en acoger al cliente en la empresa. Para ellos, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La imagen de la empresa es fundamental para que el cliente tenga una buena acogida.
- El trato del cliente debe ser el adecuado, lo que implica que debemos ser correctos, simpáticos, amables, etc.

El cliente debe estar cómodo hasta que sea atendido por la persona correspondiente. Por tanto, la empresa debe informar previamente de los aspectos que le hacen al cliente estar más cómodos, estos aspectos son muy diversos y, entre otros, se encuentran el de

realizarle al cliente un servicio personalizado o tratarle de una determinada manera según el tipo de cliente que sea.

**Seguimiento:** Consiste en la espera que tiene que realizar el cliente hasta que sea atendido por la persona correspondiente. Para ello, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Cuando el cliente espera, lo primero que tiene que hacer la persona que en ese momento le atiende es decirle quien le va a atender, cuanto tiempo tiene que esperar y la razón por la que debe esperar.

- Cuando la espera sea muy larga, la persona que en ese momento le atiende debe hablar con el cliente de vez en cuando y preguntarle si necesita algo

**Gestión:** Consiste en atender las necesidades de cliente. Es el encuentro que tiene lugar entre el cliente y la persona encargada de atenderle.

Para atender las necesidades del cliente, la persona encargada de atenderle debe gestionarle y resolver las dudas que tenga el cliente y realizar una atención personalizada. Es muy importante escucharle con mucho cuidado para evitar que el cliente se sienta incómodo.

**Despedida:** Consiste en terminar con la conversación que tiene el cliente y la persona encargada de ofrecerle los servicios. Para ello, antes de despedirse, el prestador de servicio deberá haber resuelto todas las dudas que tenga el cliente, de tal manera que este salga satisfecho de la empresa.

### **Dimensión 3. Clasificación de los clientes:**

Tarodo (2018) las empresas cumplen la satisfacción al cliente, por ello es necesario tener conocimiento cuales son los diferentes clientes:

#### **Indicadores**

- a) Clientes actuales; son aquellos clientes que realizan comprar de una forma periódica, es decir que realizaron una compra reciente. Estos clientes ayudan a las empresas a través de un volumen de compra actual, en otras palabras se determina que ellos son los clientes que van a generar ingresos a la empresa en la actualidad.
- b) Clientes potenciales; son aquellos cliente que no suele realizar compras, sin embargo estos son visualizados como clientes futuros, ya que tendrá necesidades de obtener un producto en cualquier momento. Estos clientes podrán dar lugar a un determinado volumen en las ventas futuras, ya sea en corto, mediano y largo plazo, en otras palabras estos van a generar fuentes de ingresos futuros.

Toda empresa cuenta con dos tipos de clientes, en la cual los clientes actuales son los que mantendrán la fidelización y marca la diferencia antes otras empresas competitivas y son ellos que realizan compra continuamente, en cambio los clientes potenciales son aquellos clientes futuros ya que ellos en algún momento adquirirá algún producto o un

servicio, como también estos clientes podrían recomendar a otros clientes siempre cuando se haya cumplido sus expectativas.

#### **Dimensión 4. Tipo de Clientes:**

Cabrera (2018) nos dice que para brindar un servicio al cliente debemos conocer los tipos de clientes, los cuales son:

##### **Indicadores**

**El impaciente:** Cuando lo ayuda, mira su reloj, respira con dificultad por la boca o golpea el suelo con los pies rápidamente como si estuviera apresurándonos, su principal problema es que comenta que no tiene tiempo y que tiene prisa. Este cliente es muy difícil de manejar ya que a menudo es frustrante tanto como que lo atiende como para los demás.

**El Lamentable:** Es el que comienza a hablar con nosotros y piensa que es una sesión de psicoterapia, donde nos cuenta todas sus malas experiencias que ha pasado en su vida.

**El amiguero:** Muchas veces este cliente con una simple pregunta lo convierte en una charla en la cual sin darnos nos quita el tiempo en la cual deberías seguir avanzando en nuestro trabajo, puede ser muy invasivo.

**El Enojón:** Es un cliente que tiene una serie de cosas negativas que le pueden pasar en el momento y que se puede sulfurar y comenzar a hacer desastres dentro del

establecimiento, a veces cuando nos pide ayude es de forma agresiva y que quiere que le busquemos una solución al problema que presenta.

**El sabelotodo:** Este tipo de cliente es quien se pone a nuestro lado para demostrarnos que tal inteligente es, el problema es que si sabe mas que nosotros puede terminar haciendo un problema porque va a exigir hablar con algún jefe para mostrar su indignación.

**El flojo:** No es que sea problemático si no es que este cliente ya que por su pereza uede haver que perdamos el tiempo y esto conlleva a que los demás comensales puedan reclamar y entre la incomodidad de las demás personas.

**El negociador:** Lo complejo de este cliente es que ya se al inicio o al final va a buscar negociar para que le puedan dar algún descuento o devolución por que buscara miles de ideas con tal de que logre con su objetivo.

Se puede observar que hay distintos tipos de clientes por lo que es necesario que toda empresa tenga que conocer a sus clientes y asi tener algunas estrategias para poder tratar con ellos ya que se sabe que en cualquier negocio llega clientes de todo tipo y debemos de estar preparado para todo

## **Variable 2. Gestión de calidad**

### **Teoría de gestión de calidad**

Cortés (2017) manifiesta que la gestión de calidad como un conjunto de actividades o funciones generales de la dirección, los cuales determinan la política de la calidad, los objetivos y responsabilidades. Así mismo se implantan por diferentes medios como la planificación, el control, mejora y aseguramiento de la calidad.

Fontalvo (2016) la señala como un progreso de un sistema capaz de crear procesos de transformación y a través del tiempo va evolucionando constantemente para llegar a niveles superiores de calidad es por ello que hay dos puntos indispensables (Importancia y principios) la cual ayuda para el éxito de la empresa, así mismo diferenciarnos de la competencia. (p. 49)

Norma ISO 9001 (2015) define a la gestión de calidad, como un conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, ya que esto va a proporcionar como un aporte de ayuda para la confianza adecuada hacia un producto o servicio, en la cual esto va a poder satisfacer tanto los requisitos sobre la calidad. Para un sistema de gestión de calidad, se debe de verificar que este documentado ya sea con un manual de calidad o con procedimiento a través de las auditorias.

## **Calidad**

Arturo (2016) menciona que la calidad es un conjunto de características de un producto que sirve para satisfacer una necesidad y que cumpla la necesidad del consumidor.

Cuando se habla de calidad se refiere a un `producto que es enfocado a un cliente para que lo adquiera y a su vez pueda satisfacer esa necesidad que siente el cliente.

## **Gestión de Calidad**

Riquelme (2017) afirma que es un conjunto de acciones que lleva a un misión de solucionar un asunto.

Perez & Gardey (2020) nos dice que la gestión de calidad optimiza sus procesos y su principal objetivo es acomodar la información de manera que los clientes puedan



estar conformes con los productos ofrecidos y que ellos adquieren. Cuando un cliente está satisfecho da un beneficio a la empresa y así puede generar ganancias, fidelización de clientes, etc.

Los procedimientos de la gestión de calidad generan a los clientes seguridad y confianza en la cual se puede elaborar un producto netamente para ellos teniendo en cuenta la salud del consumidor y no dañar el medio ambiente

### **Dimensión 1. Importancia de la Gestión de Calidad**

Destaca la importancia de la gestión de calidad como:

- La gestión de calidad nos ayuda a reducir la improvisación, ya que esta herramienta permite llevar una trazabilidad de todos los procesos de la empresa, de tal manera que podamos saber en todo momento cómo actuar en situaciones de funcionamiento normales, óptimas o adversas.
- La Gestión de calidad brinda una oportunidad clave, no sólo para planificar, sino también para establecer los mecanismos para el seguimiento, control y la mejora continua de cada proceso.
- A través de la aplicación eficaz del sistema, es posible alcanzar una estabilidad en el desempeño de los procesos, lograr productos o servicios con cero defectos desde la primera vez, reduciendo así los costos, lo que se traduce a una alta productividad y un importante ahorro de costos para la empresa. (Norma ISO 9001)

### **Dimensión 2. Principios de Gestión de Calidad**

Gonzales (2015) nos dice que los principios que sustenta la norma ISO 9001 son: el enfoque al cliente, El liderzgo, El compromiso de las personas, el enfoque de los procesos el enfoque al cliente, la mejora, la toma de decisiones basada en evidencias, la gestión de las relaciones.

Es impórtate que el negocio sepa de las gestiones que están de moda ya que con ellos si aplican en su empresa puedan obtener resultados buenos. Toda organización tienen que saber los procesos fundamentales de la Gestión y Calidad ya que con ellos proporcionan una excelente presentación del producto y tener más aceptación de ellos.

## **MARCO CONCEPTUAL:**

### **Pollería**

Es aquel establecimiento o puesto en el cual se provee a los clientes con un servicio alimenticio de venta de pollos comestibles. Una pollería es un espacio público donde cualquier persona puede acceder a él, y el servicio de alimentación se otorga a los clientes a cambio de un pago (Fundéu, s.f.)

### **Gestión de calidad**

La Gestión de calidad, es denominada también como sistema de gestión de la calidad, son aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad (Ucha, 2022)

### **Atención al cliente**

Es brindar la mejor experiencia a la clientela, en la cual se toma en cuenta que es un factor determinante para poder fidelizar a los clientes y así pueda aumentar las ganancias (Cardozo, 2020)

### **Mypes**

Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente,

que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.( Ley 20015)

### **Posicionamiento**

El Posicionamiento: Es el lugar que ocupa una determinada marca, producto o servicio en la mente de los consumidores, la idea que tiene el consumidor es lo que hace que este se diferencie de su competencia y sea elegido al momento de su compra (Sánchez, 2017)

### **Cliente**

Persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. Por lo tanto los clientes determinan la existencia de los productos o servicios (Quiroa, 2019)

### **III. HIPÓTESIS**

Según Hernández - Sampieri y Mendoza (2018) las hipótesis de trabajo también llamadas hipótesis de investigación son proposiciones tentativas acerca del resultado que se puede tener un estudio con relación a sus variables de estudio. Cabe recalcar que en los estudios de investigación descriptivos y cualitativos no es necesario su aplicación.

En el estudio de investigación Propuesta de mejora en Atención al cliente como factor relevante de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

No se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptivo de propuesta.

## **IV. METODOLOGÍA**

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

El diseño de investigación aplicado fue no experimental - transversal – descriptivo - de propuesta.

#### **No experimental**

Álvarez (2020) señala que la investigación no experimental no existe manipulación de las variables por parte del investigador

Fue no experimental, porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variable atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020. Solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificación.

#### **Transversal**

Morales (2020) nos menciona que el estudio transversal es un tipo de investigaciones observacional centrado en analizar datos de diferentes variables sobre una determinada población de muestra, recopiladas en un periodo de tiempo.

Fue transversal, por el estudio de investigación propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2020.

#### **Descriptivo**

Bilbao y Escobar (2020) hace mención que el estudio descriptivo es aquella que se encarga de describir, analizar e interpretar correctamente la información recabada de las variables, sin la intención de realizar modificaciones en sus características.

Fue Descriptivo, porque se describió las características más relevantes de la atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

### **Propuesta**

Monroy y Nava (2018) indican que una investigación de propuesta es un proceso que conlleva la implantación de un conjunto de actividades que se desarrollan con el objetivo de mejorar las diferencias encontradas en las variables de estudio.

Fue de propuesta porque en el estudio de investigación Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020. Se planteó propuesta de mejora como alternativas de solución a los problemas encontrados en las Mypes en estudio.

## **4.2. Universo y muestra**

### **Población**

Arias (2016) menciona que la población es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formara el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados.

Se utilizó una población de 15 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo.

### **Muestra**

Condori (2020) nos dice que la muestra es una parte representativa de la población para así pueda facilitar la realización del estudio.

Se utilizó una muestra de 4 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020. Porque solo participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron información para el desarrollo de la investigación.

**Criterios de inclusión y Exclusión:**

**Variable 1 y 2: Atención al cliente y Gestión de Calidad**

**Inclusión:** Representantes

**Exclusión:** Trabajadores y Clientes



### 4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Aspectos Sociodemográficos	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de medición
Representantes	Son personas que manejan y están al frente de la empresa buscando que en un corto plazo pues ser exitosa. (Castro, 2019)	Para calcular el aspecto complementario referente a los representantes se utilizó un cuestionario de escala nominal y de razón, en la cual se pudo identificar sus principales características.	Características de los representantes	Edad	1. ¿Cuál es su edad?	Representantes de las Mypes	Razón
				Género	2. ¿Genero del que pertenece?		Nominal
				Grado de Instrucción	3. ¿Cuál es el grado de Instrucción?		Ordinal
				Cargo	4. ¿Cuál es el cargo que desempeña		Nominal
				Tiempo	5. ¿Cuánto tiempo lleva desempeñando o el cargo?		Razón

Aspectos Sociodemográficos	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de medición
Micro y pequeñas empresas	Ley 28015 (2016) las Mypes son una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial	Para calcular el aspecto complementario referente a las micro y pequeñas empresas se utilizó un cuestionario de escala nominal y de razón, en la cual se pudo identificar sus principales características.	Características de las Micro y pequeñas empresas	Tiempo	6. ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en el rubro?	Representantes de las Mypes	Razón
				Trabajadores	7. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?		Razón
				Vinculo de personas	8. ¿Qué personas trabajan en la empresa?		Nominal
				Objetivo de la creación	9. ¿Cuál fue el objetivo de creación de la empresa?		Nominal

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de Medición
Atención al cliente	Da Silva (2018) es el servicio que una empresa brinda a sus clientes al momento de venderle un producto o servicio.	Serna (2017) plantea que la atención al cliente es un conjunto de estrategias desarrolladas por una empresa para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes externos mejor que los competidores; por lo que señala que hay tres factores (elementos, fases, clasificación) y están agrupados en la calidad de atención al cliente.	Elementos	Conocimiento	10. ¿Conoce el término atención al cliente?	Representantes de las Mypes	Nominal
				Aplicación	11. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?		
			Fases	Posicionamiento	12. ¿La gestión de calidad permite posicionar a la empresa?		
				Atención Necesaria	13. ¿La atención es fundamental para que regresen al establecimiento?		
			Clasificación	Nivel de atención	14. ¿La atención que brinda es?		
				Razón de una mala atención	15. ¿Cuál es la razón de la mala atención al cliente?		
				Eficiencia	16. ¿La empresa es eficiente al entender y solucionar reclamos de los clientes?		

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de Medición
Gestión de calidad	Arturo (2016) menciona que es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confiere capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias para cumplir las expectativas del consumidor.	Fontalvo (2016) la señala como un progreso de un sistema capaz de crear procesos de transformación y a través del tiempo va evolucionando constantemente para llegar a niveles superiores de calidad es por ello que hay dos puntos indispensables (Importancia y principios) la cual ayuda para el éxito de la empresa, así mismo diferenciarnos de la competencia.	Importancia	Conocimiento	17. ¿Conoce el término gestión de calidad?	Representantes de las Mypes	Nominal
				Técnicas	18. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?		
			Principios	Contribución	19. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?		
					20. ¿La gestión de la calidad contribuye a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?		

#### **4.4 Técnicas e Instrumentos**

##### **Técnica**

Según Arias (2020) manifiesta que la encuesta es una herramienta que se lleva a cabo mediante un instrumento llamado cuestionario, esta direccionado solamente a personas y proporciona información sobre sus opiniones, comportamientos o percepciones. La encuesta puede tener resultados cuantitativos o cualitativos y se centra preguntas pree establecidas con un orden lógico y un sistema de respuesta escalonado. Mayormente se obtienen datos numéricos.

La técnica que se utilizó para recolectar la información fue la encuesta que permitió obtener información sobre las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro – pollerías, casco urbano de Chimbote, año 2020.

##### **Instrumento**

Según Arias (2020) menciona que el cuestionario es un instrumento de recolección de datos utilizado comúnmente en los trabajo de investigación científica. Consiste en un conjunto de preguntas presentadas y enumeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas que el encuestado debe de responder. No existen respuestas correctas e incorrectas, todas las respuestas llevan a un resultado diferente y se aplican a una población conformada por personas.

El instrumento que se utilizo fue el cuestionario, la cual estuvo estructurado de 23 preguntas, distribuido de la siguiente manera: 5 dirigido a los representantes, 4 referente a las Micro y pequeñas empresas, 6 referente a la variable de gestión de calidad y 8 referente a la variable de atención al cliente.

#### **4.5 Plan de análisis**

Según Mendoza (2018) presenta que un plan de análisis es utilizado para evaluar y organizar los datos obtenidos luego de la aplicación de la encuesta. Su importancia se basa en que facilita la descripción y simplificación de los datos obtenidos. De igual forma permite reconocer la relación entre las variables utilizadas para el estudio, realizando una comparación de las mismas y hallando sus respectivas diferencias para después presidir los resultados posteriores.

Para el análisis de los datos que se recolecto en la investigación, fue el uso del análisis descriptivo de las variables en el estudio, se elaboró tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas, así como figuras estadísticas.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se empleó los siguientes programas. Microsoft Word: mediante este software, fue posible la redención digital y modificación posterior. Microsoft Excel: Este programa se utilizó para realizar las tablas, elaborar las tabulaciones y diseños de las figuras correspondientes a los resultados que se obtuvo de las encuestas. Como último tenemos el Acrobat Reader XI: es un software gratuito que permite leer archivos digitales con extensión PDF, permite guardar, mantener seguro y permitió presentar los trabajos para su calificación correspondiente, Turnitin para ver la similitud con otras tesis y por ultimo Power Point para elaborar las diapositivas para poder sustentar al final.

#### 4.6. Matriz de consistencia:

Título	Enunciado del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología	Metodología Población-Muestra	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.	¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020?	<p><b>Objetivo General</b> Establecer una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de sector servicios, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.</p> <p><b>Objetivo Especifico</b> Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.</p> <p>Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco</p>	No se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptivo de propuesta. Las hipótesis de trabajo también llamadas hipótesis de investigación son proposiciones tentativas acerca del resultado que se puede tener un estudio con relación a sus variables de estudio. Cabe recalcar que en los estudios	<p><b>Variable 1</b> Atención al cliente</p> <p><b>Variable 2</b> Gestión de calidad</p>	<p><b>Diseño de la investigación</b></p> <p>No experimental – transversal – descriptivo – de propuesta</p>	<p><b>Población</b> La población del estudio está conformada por 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro – pollerías en el casco urbano de Chimbote, año 2020.</p> <p><b>Muestra</b> La muestra está conformada por 4 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro – pollerías, casco urbano de</p>	<p><b>Técnica</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>	Para la elaboración se utilizó los siguientes programas: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft, Programa Acrobat Reader, turnitin.

		<p>urbano del distrito Chimbote, año 2020.</p> <p>Determinar las principales características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, 2020.</p> <p>Elaborar un plan 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, casco urbano del distrito de Chimbote, año2020.</p>	<p>de investigación descriptivos y cualitativos no es necesario su aplicación (Hernández, Sampieri y Mendoza, 2018).</p>			Chimbote, año 2020.		
--	--	---	--	--	--	---------------------	--	--

Fuente: Elaboración del Autor



#### **4.7 Principios éticos**

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, para la realización del trabajo de investigación se manejó el adecuado uso de la energía eléctrica.

Libre participación y derecho a estar informado, se presentó un consentimiento informado mediante el cual esta información que se solicitó a los representantes de las Mypes es de uso académico y se respetó la autorización del representante si fuera positiva o negativa.

Beneficencia no maleficencia porque permitió a las Mypes contar con una mejor gestión de calidad mediante el uso de las técnicas desarrolladas en la cual obtuvo mejores resultados

Justicia, a todos los representantes de las empresas se les trato por igual y se les aplico el mismo cuestionario

Integridad científica, manifiesta a la educada manera de la práctica de la ciencia y con mucha honestidad, transparencia, justicia y responsabilidad el cual se reflejó en el trabajo de investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Datos generales	n	%
<b>Edad (años)</b>		
18 – 30 años	3	75.00
31 – 50años	1	25.00
51 años a más.	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Genero</b>		
Femenino	1	25.00
Masculino	3	75.00
Total	4	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	0	0.00
Superior no universitaria	3	75.00
Superior universitaria	1	25.00
Total	4	100.00
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	0	00.00
Administrador	4	100.00
Total	4	100.00
<b>Tiempo en el cargo</b>		
0 a 3 años	2	50.00
4 a 6 años	2	50.00
7 años a más años	0	00.00
Total	4	100.00

**Nota.** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Características de las micro y pequeñas empresas	n	%
<b>Permanencia de la empresa en el rubro</b>		
0 a 3 años	1	25.00
4 a 6 años	1	25.00
7 años a más	2	50.00
Total	4	100.00
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	1	25.00
6 a 10 trabajadores	1	25.00
11 a más trabajadores	2	50.00
Total	4	100.00
<b>Vínculo familiar</b>		
Familiares	0	00.00
Personas no familiares	4	100.00
Total	4	100.00
<b>Objetivo de creación</b>		
Generas ganancias	4	100.00
Subsistencia	0	00.00
Total	4	100.00

**Nota.** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Tabla 3

Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

La atención al cliente	n	%
<b>Termino atención al cliente</b>		
Si	4	100.00
No	0	00.00
Tengo cierto conocimiento	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Servicio que brinda a sus clientes</b>		
Si	4	100.00
No	0	00.00
A veces	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Atención al cliente es fundamental</b>		
Si	4	100.00
No	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Herramientas de servicio de calidad</b>		
Comunicación	2	50.00
Confianza	0	00.00
Retroalimentación	2	50.00
Ninguno	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Factores que para la calidad al servicio</b>		
Atención personalizada	3	75.00
Rapidez en la entrega de los productos	1	25.00
Las instalaciones	0	00.00
Ninguna	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Atención que brinda al cliente</b>		
Buena	3	75.00
Regular	1	25.00
Malo	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Mala atención al cliente</b>		
No tiene suficiente personal.	0	00.00
Por una mala organización de los trabajadores.	0	00.00
Si brindan una buena atención al cliente.	4	100.00
Total	4	100.00
<b>Resultados ha logrado brindando una buena atención</b>		
Cientes satisfechos	2	50.00
Fidelización de los clientes	2	50.00
Posicionamiento de la empresa	0	00.00
Incremento en las ventas.	0	00.00
Total	4	100.00

**Nota.** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Tabla 4

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Gestión de calidad	n	%
<b>Termino gestión de calidad</b>		
Si	4	100.00
No	0	00.00
Tengo cierto conocimiento	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>		
Benchmarking	2	50.00
Atención al cliente	2	50.00
Empowerment	0	00.00
La 5 s	0	00.00
outsourcing	0	00.00
otros	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Dificultades en los trabajadores</b>		
Poca iniciativa	0	00.00
Aprendizaje lento	0	00.00
No se adapta a los cambios	1	25.00
Desconocimiento del puesto	1	25.00
Otros	2	50.00
Total	4	100.00
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	2	50.00
La evaluación	1	25.00
Escala de puntuaciones	0	00.00
Evaluación de 360°	1	25.00
Otros	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Gestión de la calidad contribuye al negocio</b>		
Si	4	100.00
No	0	00.00
Total	4	100.00
<b>Gestión de calidad ayuda a los objetivos de la empresa</b>		
Si	3	75.00
No	1	25.00
Total	4	100.00

**Nota.** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Tabla 5

Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Indicadores	Problemas	Causas del problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
Técnicas modernas de gestión de calidad	El 50% de las empresas utilizan algunas técnicas modernas de calidad	-No utilizan al 100% la técnica modernas	Desconocimiento de técnicas sobre atención al cliente	-Brindar a los trabajadores cursos sobre la técnica atención al cliente -Organizar reuniones esporádicamente para ver si los trabajadores están utilizando las técnicas.	Propietario/ Encargado	S/. 1000.00
Herramientas del servicio de calidad	La mitad de empresas indagadas utilizan solo algunas herramientas de servicio de calidad	No aplican la comunicación y la retroalimentación a un 100% como herramientas de servicio.	Carencia de comunicación entre el empleador y empleados	-Implementar las técnicas para dar un servicio de calidad. -Brindar la confianza adecuada al personal ya que así puedan ser autónomos y sean capaces de desarrollar sus responsabilidades	Propietario/ Encargado	S/. 150.00
No se adapta a los cambios	El 25% de los trabajadores no se adaptan a los cambios	-El personal no apto -Falta de motivación. -Falta de iniciativa	No lograr las metas y objetivos de la empresa a falta de una buena selección de personal y motivación del personal.	-Orientar al personal para tener una buena gestión y atención. -Dar reconocimientos dentro de la empresa (sean públicos o monetarios). -Implementar una política que se base en reconocer al empleado del mes.	Propietario/ Encargado	S/. 200.00
Desconocen del puesto	El 25% de los trabajadores tienen cierto desconocimiento del puesto a cubrir	-No se brindaría una buena atención al cliente. -No habría Fidelización de los clientes	Carencia de un buen trato al cliente y poca afluencia en la empresa por la falta de una buena atención.	-Dar a conocer las funciones al cargo que ocupa el trabajador. -Fortalecer la comunicación en la organización	Propietario/ Encargado	S/. 100.00

Nota: Elaborado por el investigador.

## 5.2. Análisis de Resultados:

### **Tabla 1. Características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.**

Edad de los representantes: El 75.00% los representante de las Mypes tienen entre 18 a 30 años (tabla 1); estos resultados contrastan con los resultados de Villacorta (2019) en su trabajo de investigación Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien manifiesta que el 55.00% de los representantes tiene entre 31 a 50 años de edad, del mismo modo contrastan con Antúnez (2017) en su investigación Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresa del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016; quien determina que el 73.00% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, del mismo modo contrastan con Vásquez (2017) en su trabajo de investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016; quien señala que el 75.00% de sus representantes tienen entre 31 a 50 años de edad y del mismo modo contrastan con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien determina que el 69.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad. Estos datos demuestran que la mayoría de los representantes son adultos que pueden dirigir y controlar las Mypes, asimismo, es necesario mencionar que por mis resultados obtenidos las nuevas generaciones están tomando charlas informativas constantemente y realizando sus propios negocios con la finalidad de lograr ser buenos administradores de su empresa dentro del mercado y volviéndose más competitivos ante sus competidores, por ello es que actualmente los representantes de las Mypes son más jóvenes por que realizan de manera estratégica un estudio de mercado y así pueden posicionarse en el mercado.

Género: el 75.00% de los representantes de las Mypes son del género masculino (tabla 1): estos resultados coinciden con Villacorta (2019) en su trabajo Gestión de calidad

en atención al cliente y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien determina que el 64.00% de los representantes de las Mypes son del género masculino, asimismo coincide con Antúnez (2017) en su investigación Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016; quien señala que el 64.00% de los representantes son del género masculino, de tal manera coincide con Vásquez (2017) en su trabajo de investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016; quien manifiesta que el 66.70% de los representantes son del género masculino, contrastando con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar mocil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien determina que el 62.00% de los representantes de las Mypes son del género femenino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de dichas Mypes son varones, que tienen la capacidad, el conocimiento y experiencias para administrar dichas empresas.

Grado de instrucción: El 75.00% de los representantes de las Mypes tiene un grado de instrucción superior no universitaria (tabal 1); estos resultados coinciden con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien determina que el 54.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene grado de instrucción superior no universitario. Asimismo, coinciden con Vásquez (2017) en su trabajo de investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016; quien señala que el 75.50% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria, que a su vez coincide con Antúnez (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016; quien manifiesta que el 46.00% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Mypes tienen un grado de instrucción no universitario, por lo cual sea el grado de instrucción de los representantes no es impedimento para formar o dirigir una empresa. Puesto que hoy



en día un negocio en el cual han demostrado que a pesar de los obstáculos en la vida muchas son las decisiones de salir adelante como es el de involucrarse en el mundo empresarial, demostrando sus habilidades y algunas de las estrategias para ofrecer sus servicios.

Cargo que desempeña: El 100.00 % de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son administradores (tabla 1). Estos resultados se contrastan con Villacorta (2019) en su trabajo de Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien determina que el 82.00% de los representantes son dueños, contrastando a su vez con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien manifiesta que el 77.00% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son dueños. Por tal motivo esto demuestra que si bien es cierto la mayoría de las Mypes son gestionadas por los dueños o encargados no es posible porque demanda mucha responsabilidad y esto lleva que pueda tomar otros roles. Asimismo, es necesario recalcar que actualmente la mayoría de los dueños dejan sus negocios a cargo de su personal de confianza como administrador del negocio, puesto que creen que han encontrado a la persona adecuada con las habilidades necesarias para quedarse como administradores. Además, es preciso resaltar que la mayoría de los fundadores de las Mypes tiene el compromiso, la perseverancia y responsabilidad del emprendedor, para surgir en un mercado empresarial altamente competitivo, por lo cual se requiere que los dueños del negocio tengan presente siempre la voluntad de trabajar y lograr el éxito dentro de su empresa.

Tiempo en el cargo: El 50.00% de los representantes de las Mypes tienen entre 4 a 6 años en el cargo (tabal 1). Estos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Villacorta (2019) en su trabajo de Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; en donde el 45.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas se viene desempeñado en el cargo de 7 años a más, además contrastan con Vásquez (2017) en su trabajo de investigación

Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016; quien determina que el 50.00% de los representantes llevan en el cargo de 7 años a más y contrastando a su vez con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien manifiesta que el 69.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas vienen desempeñando en el cargo de 7 años a más. Esto demuestra que actualmente las micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas que se desempeñan en el cargo de 4 a 6 años logrando así tener más experiencia, lo cual deben enfocarse en una visión más amplia del mercado o rubro, lo cual desempeñan por conocer sus fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades en estos cuatro puntos son una de las claves que deben desarrollar para así tener un arma para ganar ventajas frente a sus competidores. Esto aclara que actualmente tienen más de 4 años en el cargo, debido a que están representados por personas que conocen el rubro, cuentan con aptitudes y habilidades para administrar y controlar el negocio. Siendo esta la razón por la cual los representantes de las Mypes de las organizaciones llevan un buen periodo de tiempo en el negocio.

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.**

Permanencia de la empresa en el rubro: El 50.00% de las Mypes tienen una permanencia en el rubro desde los 7 años a más (tabla 2); estos resultados coinciden con Villacorta (2019) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien manifiesta que el 55.00% de las Mypes tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, también coinciden con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien señala que el 85.00% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro; los resultados contrastan con Antúnez (2017) en su investigación Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de

Huarmey, 2016; manifiesta que el 68.00% de las Mypes están de 0 a 3 años de permanencia en el mercado compitiendo y mejorando cada vez en el proceso de sus actividades para ser una empresa exitosa y reconocida. Puede significar que los productores que dan a los comensales en la mayoría dan soluciones a las necesidades ya que conlleva a que puedan venir otra vez por el servicio.

Número de trabajadores: El 50.00% de las Micro y pequeñas empresas tiene de 11 trabajadores a más (tabla 2); estos resultados contrastan con Villacorta (2019) en su trabajo de Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien manifiesta que el 91.00% de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores, a lo que a su vez contrastando con Vásquez (2017) en su trabajo de investigación Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016; quien señala que el 83.30% de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores, también contrasta con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien describe que el 69.00% de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores y por último contrastando con Antúnez (2017) en su investigación gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016; quien declara que el 64.00% de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las Mypes cuentan con trabajadores que cumplen con las diferentes funciones, por ejemplo el administrador es el cajero de la empresa o puede realizar otras funciones. Asimismo, también el número de trabajadores que en su mayoría según autores es 1 a 5 empleados dependerá de la capacidad del local en donde se encuentre y es por eso que la cantidad de mano de obra a utilizar es poca a comparación de otros locales y como mencionan otros autores si el local es grande entonces se va a necesitar más mano de obra. Con el tiempo que pase ya verá el dueño o encargado si hay mayor afluencia de personas o ampliación del local o apertura de nuevos locales del negocio y por ende se necesitara mayor personal para cubrir los puestos de trabajo que surgirán por el mismo crecimiento del negocio y a la vez esto ayuda a que el dueño o administrador se

involucre más con el cliente para poder saber cuáles son sus necesidades y expectativas de cada uno de ellos.

Vínculo familiar: El 100.00 % de las Mypes menciona que las personas que trabajan en su empresa son personas no familiares (tabla 2); estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien manifiesta que el 38.00 % son personas no familiares. Esto demuestra que las Mypes tiene un gran impacto en la sociedad, puesto que son generadoras de muchos puestos de trabajo para las personas, así mismo contribuyendo con la economía de la población y es por ello que siempre resaltan mucho las Micro y pequeñas empresas en la sociedad.

Objetivo de la creación: El 100.00% de las Mypes tiene por objetivo de creación generar ganancias (tabla 2); estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Villacorta (2019) en su trabajo de Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien manifiesta que el 100.00% de las Mypes son creadas con el objetivo de generar ganancias, coincidiendo también con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien afirma que el 100.00% de las Micro y pequeñas empresas encuestadas respondieron que su objetivo de creación es generar ganancias. Esto demuestra que el total de las Mypes son constituidas con la finalidad de generar ganancias y recuperar todo el monto invertido por que son empresas privadas. Asimismo, es necesario precisar que un buen industrial que desea alcanzar el éxito no solo debe enfocarse por el tema de obtener únicamente ganancias si no de adquirir más y más clientes con la finalidad de generar más confianza en ellos a través de la calidad atención para poder establecer así buenas relaciones interpersonales con sus clientes. Ya que si el emprendedor solo se desea enfocarse en el tema económico puede ser un fracaso pues omiten otros temas muy importantes como por ejemplo: el dar una buena imagen e impresión no solo como persona si no en la parte externa de la empresa su infraestructura el lugar en donde va el cliente

también se debe trabajar en ellos y en otros aspectos como publicidad, atención al cliente y gestión de calidad en sus procesos.

**Tabla 3. Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.**

Termino atención al cliente: El 100.00% de los representantes de las Mypes si conocen el termino de atención al cliente (tabla 3); estos resultados coinciden con los datos obtenidos por Vasallo (2017) en su trabajo gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien manifiesta que el 100.00% de las personas encuestadas de las Mypes dijeron que si conocen el termino de atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de las Mypes solo se necesita tener mayores conocimientos, voluntad y disposición de aplicarlos en los negocios. Siendo necesarios mencionar que el termino atención al cliente hoy en día muchas empresas lo están tomando en cuenta debido a que los resultados de su aplicación son muy satisfactorios e importantes para el desarrollo de toda empresa.

Servicio que brinda a sus clientes: El 100.00% de los encuestados de las Mypes menciona que si cuenta con una gestión de calidad en el servicio de brinda a sus clientes (tabla 3); estos resultados coinciden con los resultados por Vasallo (2017) en su trabajo de Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien manifiesta que el 100.00% de los encuestados dijeron que si cuentan con una gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes. Esto demuestra que la mayoría de las Mypes si cuentan con una gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, puesto que permitirá que el negocio pueda mantenerse en el mercado, ya que brinda una atención y servicio de calidad, logrando que esta se encuentre satisfecha con lo brindado.

Atención al cliente es fundamental: El 100.00% de los encuestados considera que la atención al cliente es fundamental para que este regrese a su establecimiento (tabla3). Esto demuestra que la totalidad de los representantes de las Mypes aceptan que la

atención al cliente es fundamental para que sus clientes regresen al establecimiento porque con ello ganan clientes, ganan dinero y por ende la fidelización de los mismos.

Herramientas de servicio de calidad: El 50.00% de los encuestados considera que las herramientas que utiliza para un servicio de calidad es la comunicación y el otro 50.00% de los encuestados manifiesta que es la retroalimentación (tabla 3). Esto demuestra que en las Mypes utilizan como herramienta la comunicación para poder transmitir e intercambiar opiniones, ideas, sugerencias, entre otros; para poder lograr mayor confianza y a la vez retroalimentarse con toda la información obtenida para mejorar ciertos puntos débiles o reforzar más lo que se viene haciendo dentro de la empresa.

Factores para la calidad del servicio: El 75.00% de los encuestados considera que los principales factores para la calidad al servicio que brinda es la atención personalizada y el otro 25.00% de los encuestados manifiesta que es la rapidez en la entrega de los productos (tabla 3). Esto demuestra que la mayoría de las Mypes consideran que una mejor calidad de servicio que pueden brindar es una atención personalizada, puesto ya que se lograra que cada cliente sea único y el centro de atención por parte del colaborador, consiguiendo que el cliente pueda sentirse en un ambiente confortable.

Atención que brinda al cliente: El 75.00 % de los encuestados menciona que da una buena atención al cliente (tabla 3); estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Villacorta (2019) en su trabajo de Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubri restaurante, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien manifiesta que el 82.00% de los encuestados señalan que brindan una buena atención al cliente, contrastando con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien afirma que el 54.00% de los encuestados la atención que brinda es buena. Esto demuestra que la mayoría de Mypes trata de dar una buena atención y servicio al cliente pero les falta la aplicación y herramienta de calidad para obtener mejores resultados, esto es algo que las grandes empresas realizan cotidianamente para poder fidelizar a sus clientes.

Mala atención al cliente: El 100.00% de los encuestados de las Mypes manifiestan que si brindan una buena atención al cliente (tabla3). Esto demuestra que dentro de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad de las Mypes si brindan una buena atención al cliente, pero no todos lo aplican. Cabe recalcar que las Micro y pequeñas empresas están mejorando con el paso del tiempo y se están dando cuenta que una gestión de calidad en la atención al cliente brinda mayores resultados y genera mayores beneficios tanto para la empresa como para el cliente.

Resultados brindando una buena atención al cliente: El 50.00% de los encuestados de las Mypes manifiestan que los resultados que se han logrado obtener por brindar una atención al cliente es la fidelización del cliente y el otro 50.00% es la obtención de los clientes satisfechos (tabla 3). Esto demuestra que actualmente la mayor parte de las Mypes son conscientes de que en estos tiempos e donde la competencia es cada vez más dura para todas las empresas, se presenta la necesidad de lograr la satisfacción y lealtad de los clientes, del mismo modo consideran que al lograr fidelidad, otra empresa no podrá posicionarse en la mente de sus clientes.

**Tabla 4. Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.**

Termino Gestión de calidad: El 100.00% de los representantes de las Mypes si conocen el termino gestión de calidad (tabla3); lo cual contrastan con los resultados de Villacorta (2019) en su trabajo gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien manifiesta que el 45.00% de los representantes si conocen el termino Gestión de calidad, estos resultados se contrastan con los resultados obtenidos por Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote,2016; quien afirma que el 92.00% de las personas encuestadas respondieron que si conocen el termino de gestión de calidad, contrastando también con Antúnez (2017) en su investigación Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney,2016; quien señala que el

59.00% de los representantes si conocen el termino de gestión de calidad. Esto demuestra que si tienen noción del termino y utilizan ciertas herramientas administrativas que ayudan a resolver las necesidades de los clientes.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: el 50.00% de los representantes de las Mypes utilizan la técnica de atención al cliente como herramienta de gestión (tabla 3); el cual contrasta con los resultados por Villacorta (2019) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines. Trujillo, 2018; quien manifiesta que el 100.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conocen lo que es la atención al cliente, lo que a su vez contrastan con Vasallo (2017) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien afirma que el 100.00% de los representantes encuestados respondieron que una de las técnicas que conocen es la atención al cliente. Esto demuestra que la importancia radica en la atención al cliente, para mejorar los resultados a las necesidades de los clientes, de igual forma consideran que la atención al cliente permite que otros perciban la responsabilidad de la empresa y de esta manera terceras personas se fidelicen a la empresa por la atención que reciben en la empresa.

Dificultad en los trabajadores: El 50.00% de los trabajadores de las Mypes presentan diversos tipos de dificultades (tabla 3); estos resultados contrastan parcialmente con los resultados obtenidos por Villacorta (2019) en su trabajo Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2017; quien declara que el 82.00% de los trabajadores de las Mypes tiene dificultad para adaptarse a los cambios. Esto expresa que los dueños de las Micro y pequeñas empresas afirman que su persona a cargo solo se preocupa por la parte económica, es decir, los sueldos, por lo que no mejoran en adquirir habilidades, en lo general estos se encuentran con poca fuerza de voluntad para crecer profesionalmente.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 50.00 % de las técnicas que utilizan los representantes de la Mypes para medir el rendimiento del personal es la observación (tabla 3); estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por



Villacorta (2019) en su trabajo Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien manifiesta que el 82.00% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación. Esto quiere decir que la mayoría de las Mypes utilizan esta técnica de la observación, debido que pueden detectar algunos puntos débiles, por ejemplo, una mala atención con los clientes en donde no se establezca una buena relación interpersonal con los mismos, ocasionando la pérdida de su cliente. Por ello, con la observación se mejoraran dichos puntos con la finalidad de generar más confianza con la atención para con los clientes.

Gestión de la calidad contribuye al negocio: El 100.00% de los representantes encuestados de las Mypes mencionan que la Gestión de la calidad si contribuye al negocio (tabla3); estos resultados coinciden con los resultados de Villacorta (2019) en su trabajo de Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018; quien afirma que el 100.00% de las personas encuestadas dijeron a través de la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, contrasta con Vasallo (2017) en su trabajo de Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien manifiesta que el 92.00% de las personas encuestadas dijeron que si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio. Esto demuestra que en estos tiempos es fundamental el uso de la gestión de calidad dentro las Micro y pequeñas empresas puesto las grandes y desarrolladas empresas ponen en práctica para lograr obtener resultados de alta calidad en todo lo que hacen e ir más allá de satisfacer una necesidad en los clientes, sino de ofrecer una atención de calidad y felicidad frente a ellos y asegurando que sean fieles hacia la empresa.

Gestión de calidad ayuda a los objetivos de la empresa: El 75.00% de los representantes encuestados de las Mypes consideran que una Gestión de calidad si ayuda a los objetivos de la empresa (tabla 3); estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Vasallo (2017) en su trabajo de Gestión de calidad en

atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016; quien afirma que el 85.00% de los encuestados respondieron que si ayuda a la gestión de calidad a alcanzar las metas y objetivos trazados en la empresa. Esto demuestra que el tener una gestión de calidad dentro de los procesos de las Micro y pequeñas empresas influenciara de manera positiva en lograr alcanzar las metas y objetivos que la empresa se trazó. Puesto que logrando asegurar un buen servicio dentro de la empresa, cada cliente sentirá que es atendido de manera personalizada, en la cual se le resuelvan sus dudas y atienda sus necesidades, logrando que el personal transmita una ambiente agradable al momento de atender al cliente y por ende la empresa cumpla con sus objetivos y metas.

## **VI. CONCLUSIONES:**

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad de 18 a 30 años, son del género masculino, además tienen un grado de instrucción no universitaria, son administradores y tienen tiempo en el cargo de 0 a 6 años. Que la gran parte de las Mypes están dirigidas por personas jóvenes ya que con el conocimiento que han adquirido en la universidad y su vez investigando puedan sacar adelante a la empresa.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tiene una permanencia de 7 años a más en el rubro, cuentan con 11 a más trabajadores, los colaboradores de la empresa no son familiares y el objetivo de la creación de la empresa es generar ganancia. Nos damos cuenta que la gran parte de las Mypes solo tienen un enfoque de generar ganancia y no al fidelizar a sus clientes ya que con ello podrían permanecer dentro del mercado y durando mucho más tiempo.

La mayoría de los micro y pequeñas empresas si tienen conocimiento acerca de gestión de calidad, la técnica que emplean es la atención al cliente, manifiestan que otras son las dificultades en sus trabajadores, a través de la observación se mide el rendimiento del personal. Por otro lado el termino atención al cliente si lo conocen, a través del servicio aplican la gestión de calidad, manifiestan que la atención es importante para que el cliente regrese, para tener un servicio de calidad utilizan la comunicación y la retroalimentación, la atención personalizada debe de ser buena, si dan una buena atención a sus clientes. Ya que se interesan mas en generar ganancias y no fidelizarlos se debe de prevalecer aquellas necesidades indispensables de los clientes para que asi

ellos puedan darse cuenta que estamos al tanto de ellos y cubrir la principales necesidades de ellos.

En base a los resultados obtenidos en la presente investigación se elaboró un plan de mejora con la finalidad de aplicar estrategias que realmente ayuden a la fidelización del cliente y así pueda aumentar las ganancias basándose en los requerimientos de los mismos.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Asesorar a los representantes en temas de administración, atención al cliente y gestión de calidad ya que con ellos podrán tener un amplio conocimiento que les podrá ayudar a la empresa y poder tener éxito en un corto plazo

Educar continuamente al personal sobre temas de atención al cliente, seguridad y salud en el trabajo, etc. Esto permitirá una mejora continua en la cual se verán cambios en las cuales se podrá dar un gran servicio y se tendrá clientes fieles.

Implementar un nuevo platillo porque sabiendo sus gustos y preferencias del cliente podemos satisfacer esa necesidad.

Llevar a cabo el plan de mejora que se realizó en esta investigación lo cual permitió llegar a una buena gestión de calidad teniendo un factor relevante de la atención al cliente y así resolver los diferentes problemas presentados en las diferentes empresas del rubro pollerías del casco urbano del distrito de Chimbote.

## PLAN DE MEJORA

### 1. Datos Generales:

**Nombre o razón social:** Empresa de servicio

**Giro de la empresa:** Alimentos

**Ruta:** Casco Urbano del Distrito de Chimbote

**Nombre del representante:** Dueños o administradores de las empresas

### 2. Visión

Ser de las mejores empresas del sector servicio y brindar un servicio de calidad dando un buen producto y también excelente atención en un local adecuado donde el cliente se siente a gusto.

### 3. Misión:

Buscar la excelencia en la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes y asegurar que tengan productos de calidad mediante así tener una máxima preferencia de nuestra marca.

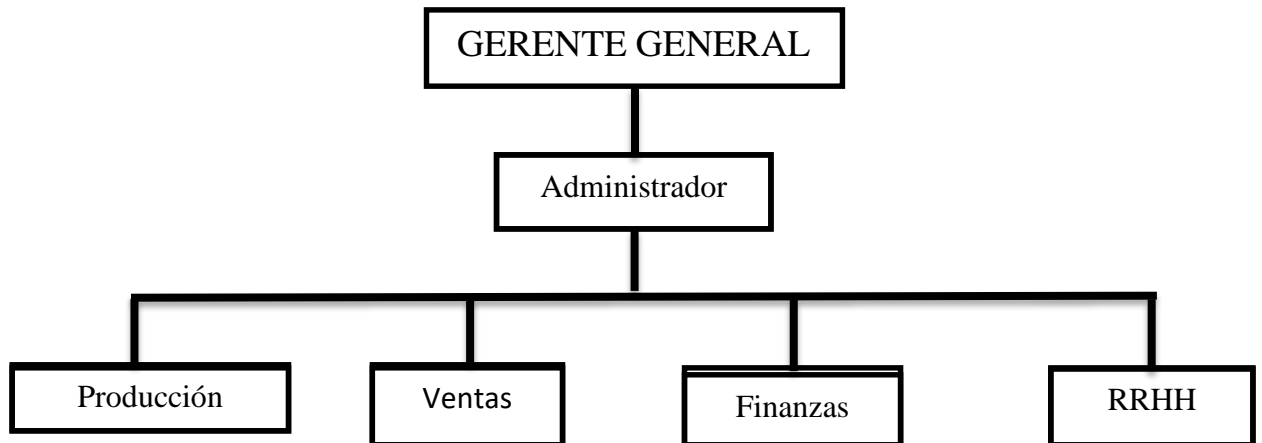
### 4. Objetivos:

- Mejorar la atención dada a nuestros clientes ya sea con el trato mucho más personalizados y así disolver cada necesidad que tengan.
- Mejora de la calidad del pollo de acuerdo a las exigencias de nuestros clientes.
- Ofrecer un ambiente cómodo para que el cliente pueda estar satisfechos

### 5. Productos Y/O Servicios:

Servicio de alimentos encargada de la preparación y cocción de alimentos.

6. Organigrama de la empresa:



6.1. Descripción de funciones

<b>Cargo</b>	<b>Gerente General</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Licenciado en administración de empresas o carreras fines.</li><li>-Experiencia o conocimiento en el rubro</li></ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Planear actividades diarias dentro de la pollería.</li><li>- Responder de una forma precisa y eficiente a las quejas de los clientes.</li><li>-Evaluar la calidad de los productos que llegan y también buscar nuevos proveedores.</li><li>- Ofrecer una servicio superior para la satisfacción de los clientes</li></ul>

<b>Cargo</b>	<b>Administrador</b>
<b>Perfil</b>	Licenciado en administración de empresas o carreras a fines Estudiantes de los últimos ciclos de la carrera de administración
<b>Funciones</b>	Controlar las diferentes actividades de los procesos de la empresa. Coordinar con las diferentes áreas analizando los problemas que se puedan dar.

<b>Cargo</b>	<b>PRODUCCION</b>
<b>Perfil</b>	Tener amplio conocimiento acerca de toda la producción de empresa para así asegurar el correcto funcionamiento
<b>Funciones</b>	Supervisar el trabajo de producción, resolver problemas que se presenten en las herramientas de trabajo. Garantizar abastecimiento de las materias primas, encargado de que cuente con normas y políticas de seguridad adecuados.

<b>Cargo</b>	<b>VENTAS</b>
<b>Perfil</b>	Secundaria completa Experiencia en Ventas y atención al cliente Tener amplio conocimiento en atención al cliente
<b>Funciones</b>	Explicar promociones y ofertas disponibles Resolver cualquier duda Manejar los precios de todos los productos



<b>Cargo</b>	<b>FINANZAS</b>
<b>Perfil</b>	Tener estudios en finanzas, gerencia, logística, gestión de proyectos. Conocimiento y experiencia mínima de 5 años
<b>Funciones</b>	Excelente dominio de Microsof office Habilidad para la elaboración de informes y documentos técnicos. Capacidad de organización y planeación

<b>Cargo</b>	<b>RECURSOS HUMANOS</b>
<b>Perfil</b>	Tener amplio conocimiento de administración de personal, formación y selección. Tener una experiencia mínima de 3 años.
<b>Funciones</b>	Planificación de Recursos Humanos Contratación y selección Gestión de desempeño Aprendizaje y desarrollo

## 6.2. Diagnostico Empresarial:

<p><b>FACTORES EXTERNOS</b></p> <p><b>FACTORES INTERNOS</b></p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1. Crecimiento de la demanda. O2. Demanda de delivery O3. Marketing boca a boca</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1. Competencia muy alta A2. Incremento de los costos de los insumos. A3. Restricciones de aforo por pandemia A4. Desastres naturales A5. Zona de peligro sujeto a inseguridad ciudadana</p>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>F1. Personal de cocina especializado F2. Diversidad y calidad de los platos ofrecidos. F3. Calidad en la atención al cliente. F4. Rápida entrega de los pedidos. F5. Experiencia en el rubro F6. Ubicación del local en zona céntrica. F7. Precios Bajos</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <p>E1. Lanzar publicidad por distintos medios haciendo hincapié de la calidad y la rápida atención que se da en el restaurante y así captar clientes (F3, O3) E2. Aprovechar la sazón de los platillos que ofrecemos para captar mayor cantidad de clientes y satisfacer la demanda actual.(F1, O1) E3. Elaborar una buena estrategia de marketing enfatizando calidad y precios bajos (F7, O3)</p>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <p>E1. Buscar proveedores que vendan insumos a bajo precio pero que sean de calidad (F7,A2) E2. Fortalecer la innovación y calidad de los platos que se ofrece el restaurante Ivan Sabor y Carbona (A1, F2) E3. Potenciar el servicio al cliente para enfrentar estrategias agresivas que realicen los competidores actuales y no se afecte a la demanda de los clientes (F3, A1)</p>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>D1. Poco conocimiento del servicio de calidad. D2. La empresa no es conocida por lo tanto no se encuentra posicionado en la mente de los consumidores No es conocido y no está posicionado en la mente de los consumidores D3. Mala infraestructura</p>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <p>E1. Mejorar la estructura del local para un mejor desarrollo laboral (D3, O1) E2. Implementar estrategias de Marketing que permitan conocer el negocio ya que con ello puedan incrementar la afluencia de clientes y por ende las ventas (D2, O1, O2) E3. Realizar capacitaciones sobre las herramientas de atención al cliente con el fin de brindar una buena atención (D1, O1)</p>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <p>E1. Promocionar el negocio ya sea por redes sociales y el volanteo ya que así se podrá conocer y vendrás nuevos clientes. (A1, D1, D2) E2 Potenciar la infraestructura, a fin de cumplir con las restricciones que se dan por la pandemia (D3, A3) E3. Brindar ofertas de consumo junto a una buena atención al cliente para posicionarlo ante la competencia teniendo costos accesibles (D1, A1,A2)</p>

## 7. INDICADORES DE GESTIÓN:

<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de los indicadores dentro de las Mypes</b>
Técnicas modernas de gestión de calidad	No utilizan adecuadamente la técnica atención al cliente
Herramientas del servicio de calidad	No aplican la comunicación y la retroalimentación como herramienta de servicio.
No se adaptan a cambios	Falta de motivación, falta de iniciativa
Desconocen del puesto	Cuentan con un personal poco calificado

## 8. PROBLEMAS:

<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Surgimiento del problema</b>
Técnicas modernas de gestión de calidad	No utilizan adecuadamente la técnica atención al cliente	El poco conocimiento de los representantes sobre la técnica atención al cliente
Herramientas del servicio de calidad	No aplican la comunicación y la retroalimentación como herramienta de servicio.	No tienen comunicación tanto en trabajadores y en representantes.
No se adaptan a cambios	Falta de motivación, falta de iniciativa	Por un tema de conformidad de los trabajadores
Desconocen del puesto	Cuentan con un personal poco calificado	El trabajador no tiene la experiencia necesaria para dar una buena atención al cliente

## 9. ESTABLECER SOLUCIONES:

### 9.1. Establecer acciones:

<b>Indicadores</b>	<b>Problemas</b>	<b>Acción de mejora</b>
Técnicas modernas de gestión de calidad	No utilizan adecuadamente la técnica atención al cliente	Brindar información a los trabajadores sobre la técnica atención al cliente
Herramientas del servicio de calidad	No aplican la comunicación y la retroalimentación como herramienta de servicio	Implementar las herramientas de comunicación y retroalimentación para así dar un buen servicio de calidad
No se adaptan a cambios	Falta de motivación, falta de iniciativa	Orientar al personal para tener una buena gestión y atención.
Desconocen del puesto	Cuentan con un personal poco calificado	Dar a conocer las funciones al cargo que ocupa el trabajador

## 9.2. Estrategias que desean implementar:

N°	Acción de mejora	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
01	Brindar información a los trabajadores sobre la técnica de atención al cliente	Desconocimiento de los representantes en la técnica de atención al cliente	2 meses	Genera un buena imagen para la empresa	Tener el conocimiento adecuado de la técnica atención al cliente y así aplicarlo.
02	Implementar las herramientas de comunicación y retroalimentación para así dar un buen servicio de calidad	Poca predisposición de los representantes	3 meses	Mejora en el clima laboral	Tener conocimientos sobre las herramientas para que así haya una mejora en la empresa.
03	Orientar al personal para tener una buena gestión y atención	Poca predisposición de los representantes	2 meses	Se mejora la calidad en el trabajo	Estar en constante comunicación tanto ek personal como los representantes.
04	Dar a conocer las funciones al cargo que ocupa el trabajador	Desinterés de los colaboradores	1 mes	Genera una mejor calidad en la empresa	Evaluar constantemente

### 9.3. Recursos para la implantación de Estrategias:

Nº	Acción de mejora	Recurso Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
01	Brindar información a los trabajadores sobre la técnica atención al cliente	Dueño Administrador	1000.00 soles	Manuales, computadora	2 meses
02	Implementar las herramientas de comunicación y retroalimentación para así dar un buen servicio de calidad	Dueño Administrador	150.00 soles	Manuales, computadora	2 meses
03	Orientar al personal para tener una buena gestión y atención	Dueño Administrador	200.00 soles	Manuales	3 meses
04	Dar a conocer las funciones al cargo que ocupa el trabajador	Dueño Administrador	100.00 soles	Manuales, computadora	1 mes

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aira, L. (2018). Principales características del empresario PYME Argentino. Consultado el 21 de Abril del 2020. <http://www.grandespymes.com.ar/2012/01/06/principales-caracteristicas-del-empresario-pyme-argentino-2/>
- Álvarez Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Aniorte, N. (2017). Servicios de Calidad. Consultado el 28 de Abril del 2020. [http://www.aniortenic.net/apunt\\_gest\\_serv\\_sanit\\_4.htm](http://www.aniortenic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm)
- Antúnez Castillo, L. (2017). Gestión de calidad en atención al cliente de las micros y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey, 2016. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huarmey, Perú
- Aria, (2020). Recuperado el 13 de diciembre de 2022, de [http://file:///C:/Users/jose%20velasquez/Downloads/AriasGonzales\\_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion\\_libro%20\(2\).pdf](http://file:///C:/Users/jose%20velasquez/Downloads/AriasGonzales_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion_libro%20(2).pdf)
- Arias-Gómez, J. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. Revista Alergia México, 63(2), 201–206. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>
- Arturo, R. (2016) Concepto de calidad. Recuperado de <https://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>
- Bilbao, J., y Escobar, P. (2020). Investigación y Educación Superior . Lulu.com. 116 [https://books.google.com.pe/books?id=W67WDwAAQBAJ&pg=PA64&dq=diseños+de+investigacion+no+experimental&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwi luKKyNDzAhV2ILkGHROTAys4HhDoAXoECAoQAg#v=onepage&q=diseños de investigacion no experimental&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=W67WDwAAQBAJ&pg=PA64&dq=diseños+de+investigacion+no+experimental&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwi luKKyNDzAhV2ILkGHROTAys4HhDoAXoECAoQAg#v=onepage&q=diseños+de+investigacion+no+experimental&f=false)
- Briones (2017). Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial Boticas del Distrito San Juan Bautista - Iquitos,

- Año 2017. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa, Perú.
- Cabrera, M. (2018) Tipos de clientes: Recuperado de: <https://www.marianocabrera.com/8-tipos-de-clientes-y-como-atenderlos/>
- Cano, D. M. (2016). Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “la rinconada” en la ciudad de huarney, 2016. Tesis para optar el grado de maestría en administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote.
- Cardozo, L. (2020). Atención al Cliente: Qué es y Pilares fundamentales. Recuperado de: <https://www.zenvia.com/es/blog/atencion-al-cliente/>
- Castro, J. (2018). EE.UU.: el auge de las inversiones favorece a las PyMES. Recuperado de, Centurión Medina, R. Z. (2016).
- Castro, L. (2019). Caracterización de la capacitación y el liderazgo de las mype rubro pollerías de la urbanización Ignacio Merino de Piura, año 2017 (tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10207/CAPACITACION\\_LIDERAZGO\\_CASTRO\\_AYOSA\\_LIZETH\\_MARILIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10207/CAPACITACION_LIDERAZGO_CASTRO_AYOSA_LIZETH_MARILIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chamorro, S. (2016) La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad. Recuperado de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestionempresas/importancia-contar-con-buenos-sistemas-gestión-calidad>
- Chamorro, S. (2016). Las 10 claves para mejorar la atención al cliente de tu empresa. Recuperado de, <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>
- Condori-Ojeda, Porfirio (2020). Universo, población y muestra. Curso Taller. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>



- Còrdoba, B. (2017). Gestión de Calidad en la capacitación de las Micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de electrodomésticos, Ciudad de Casma, 2017. Casma: Universidad Católica los àngeles de Chimbote. Recuperado el 11 de Setiembre de 2019, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4593>
- Cortes, J. (2017). Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001). España: Editorial ICB. Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos27/implantacion-sistemas/implantacion-sistemas.shtml>
- Da Silva, K. (2018). El concepto de servicio al cliente. Recuperado de: <https://www.cuidatudinero.com/13083358/el-concepto-de-servicio-al-cliente>
- Dobson, C. (2018). Pymes emplean 75% de la PEA y destacan en emprendimientos. Recuperado de, <https://elperuano.pe/noticia-pymes-emplean-75-de-pea-y-destacanemprendimientos-67499.aspx>
- Domínguez, G., (2019). Gestión de calidad con el uso de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro botica, en la cadena de Chavín Farma, de la ciudad de Huarney, 2018. (Tesis Pregrado). Huarney: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- EAE Business School (2018). Estrategias de servicio al cliente. Recuperado de: <https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/>
- EE.UU.: el auge de las inversiones favorece a las PyMES. (2020). Retrieved 7 May 2020, from [https://www.clarin.com/economia/economia/ee-uu-auge-inversiones-favorece-pymes\\_0\\_SyMTtFDE7.html](https://www.clarin.com/economia/economia/ee-uu-auge-inversiones-favorece-pymes_0_SyMTtFDE7.html)
- Escobar, J. G., y Goyes, J. V. (2019). Estudio de modelos de gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas, Provincia del Guayas. Universidad de Guayaquil. [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46078/1/Estudio de modelos de gestión de calidad en restaurantes del Cantón Playas%2C Provincia del Guayas.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/46078/1/Estudio%20de%20modelos%20de%20gesti%20n%20de%20calidad%20en%20restaurantes%20del%20Cant%20n%20Playas%20Provincia%20del%20Guayas.pdf)

- Escudero Aragón, M. (2017). Servicios de Atención Comercial. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=ue7JCQAAQBAJ&hl=es&source=gbs\\_similarbooks](https://books.google.com.pe/books?id=ue7JCQAAQBAJ&hl=es&source=gbs_similarbooks)
- Fontalvo. (2016). La gestión avanzada de la calidad: metodologías eficaces para el diseño, implementación y mejoramiento de un sistema de gestión de calidad. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=1017952>
- Fournier, K. (2018). Repensando las mypes en Ancash. Recuperado de <https://radiorsd.pe/opinion/la-columna-del-dia-repensando-las-mypes-en-ancash>
- Francisco Coll Morales, 13 de octubre, 2020  
Estudio transversal. Economipedia.com
- Fundéu s.f. Pollería concepto. Recuperado de: <https://www.fundeu.es/consulta/polleria-y-pollajeria-1975/>
- González, H. (2015). “La nueva ISO 9001: 2015”. Recuperado de <https://calidadgestion.wordpress.com/tag/principios-de-gestion-de-calidad/>
- Gutiérrez, V. (2019). PYMES, Motor de desarrollo. Recuperado de, Hernández, I. (2019). Más del 80 de las MYPES son informales en Ancash. Recuperado de <https://www.elferrolchimbote.com/index.php/sucesos/271-mas-del-80-de-lasmype-son-informales-en-ancash>
- Hernández-Sampieri, R., y Mendóza, C. (2018). Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa cualitativa y mixta. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill. doi:ISBN 978-1-4562-6096-5
- Horna, C. (2017). Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de artículos de ferretería, de la ciudad de Otuzco 2016. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045565>
- ISO 9001 (2015). Importancia de la Gestión de Calidad. Recuperado de <https://geoinnova.org/blog-territorio/iso-9001/>

- Jauregui Baca, Yenne (2017) Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote 2014 (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú.
- Jiménez, A. (2015) 15 estrategias para mejorar el servicio al cliente. Recuperado de: <https://www.elfinancierocr.com/pymes/gerencia/15-estrategias-para-mejorar-el-servicio-al-cliente/HIBCMOCOINC4PNCCOYHWQN24MI/story/>
- Las mypes y la gestión de calidad en el sector construcción del distrito de Chimbote, año 2016. Chimbote: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Formación, crecimiento y proyección de las Mypes (Perú)
- Ley 20015 (s/f). Gob.pe. Recuperado de: <https://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley N° 28015 (2016). Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa. Recuperado de <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley N° 28015 (2016). Marco institucional de las políticas de promoción y formalización. Capítulo I, De los lineamientos, Artículo 5, lineamientos. Recuperado de <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley N° 30056 (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, pequeñas y medianas empresas. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>
- López, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. In Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

Martinez, L. (2019). “Consideraciones teóricas sobre atención al cliente”.

Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos42/atencion-al-cliente/atencion-al-cliente.shtml>

Medina, M. (2018). Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del Distrito de Vice – Sechura Año 2018.

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES\\_CALIDAD\\_MEDINA\\_CHUNGA\\_MARY\\_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. McGraw Hill Education.

Meza, F. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MyPE del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Pucallpa, Perú.  
Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000047578>

Monroy, M., y Nava, N. (2018). Metodología de la investigación (Lapislázuli (ed.). Grupo Editorial Exodo.  
<https://elibro.net/es/lc/learningbyhelping/titulos/172512>

Morini, T. (2020). Los pasos adelante pendientes de las pymes. Retrieved 7 May 2020, from [https://elpais.com/elpais/2019/09/12/actualidad/1568286670\\_536451.html](https://elpais.com/elpais/2019/09/12/actualidad/1568286670_536451.html)

Normas ISO 9001 (2015). ¿Qué es la gestión de calidad? Recuperado de <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>

Pérez Porto, J. (2016). Definición de sistema de gestión de calidad. Recuperado de <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>

Pérez Velásquez, Luz Thalía (2017) Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica,

- Oxapampa, Pasco, año 2016 (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú.
- Perez, J. & Gardey, A. (2020). Definición “Sistema de gestión de calidad”. Recuperado de <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Polo, D. (2019) Atención al Cliente – Cómo ofrecer un buen servicio. Recuperado de: <https://www.emprender-facil.com/es/atencion-al-cliente-un-buen-servicio/>
- Ponce Mamani, M. (2018). Caracterización de la gestión de la calidad en el servicio al cliente para las PyME en el área de servicio de restaurantes rurales del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna del período 2017. (Tesis de Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Tacna, Perú.
- PYMES, Motor de desarrollo. (2020). Retrieved 7 May 2020, from <https://www.la-prensa.com.mx/analisis/pymes-motor-de-desarrollo-4160304.html>
- Quiroa, M. (2019) Cliente, Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Raffino, M. (2018) Servicio al cliente. Recuperado de: <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>
- Riquelme, M. (2017) Gestión de calidad. Recuperado de <https://www.webyempresas.com/que-es-la-gestion-de-calidad/>
- Rivera, S. (2019) “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador” (Tesis Magíster) Universidad de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Rubio Castillo, R. (2016). La Gestión de Calidad, relacionado con el Servicio de Atención al Cliente en la consulta externa de la Clínica Robles S.A.C. Chimbote, 2016. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú
- Sáenz, J. (2016). La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del H. Miraflores Alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015.

- Salazar, D. (2016). Caracterización de la capacitación en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro de hoteles de tres estrellas del distrito de Huaraz, 2016. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Huaraz. Huaraz, 2016.
- Samsing, C. (2020). La importancia de las PYMES en Chile. Retrieved 7 May 2020, from <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-chile>
- Sanchez (2017). Posicionamiento. Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento.html>
- Sánchez España, A. (2017). Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa. (Tesis de Pregrado). Universidad Rafael Landívar de Guatemala. Zacapa, Guatemala.
- Sanchez, E. (2017). “Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de gualan, zacapa.”. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Serna Gómez, H. (2017). Conceptos básicos. En Servicio al cliente. Recuperado de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/>
- Serna, H. (2017). “Servicio de atención al cliente” Recuperado de [http://importacionesan.blogspot.mx/2011\\_05\\_01\\_archive.html](http://importacionesan.blogspot.mx/2011_05_01_archive.html)
- Tamara, P. (2017). La gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro elaboración de productos de panadería en los sectores a y b del distrito de Nuevo Chimbote, año 2016 (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Tarodo, C. (2018). Comunicación empresarial y atención al cliente (pág. 165-170). Madrid: RA-MA Editorial.
- Ucha (2022). Definición ABC. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>
- Ugalde, A. (2018). Estrategias de Atención al Cliente. Recuperado de, <http://www.pymerang.com/emprender/1036-con-erasmus-la-busqueda-de-alojamiento-internacional-para-estudiantes-es-ahora-mas-simple>

- Vasallo, S. (2017). Gestión de calidad en atención al cliente, en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. (Tesis de pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú.
- Vásquez, E. (2017). Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, año 2016. (Tesis de Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú.
- Victoria, M. (2016). Estrategia: calidad de servicio. Recuperado de, <http://www.revistalogistec.com/index.php/scm/estrategia-logistica/item/2278-estrategia-calidad-de-servicio>
- Vigil Lazo, L. (2018). Formación, crecimiento y proyección de las Mypes. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos58/mypes/mypes2.shtml>
- Villacorta Aredo, H. (2019). Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurante, urbanización los jardines, Trujillo, 2018. (Tesis Pregrado). Facultad de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú
- Villalba S. A. (2016). Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en azuca beach, azuca bistro y q restaurant, y Sugerencias de Mejora. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Ecuador
- Villalobos, C. (2020). La importancia de las PYMES en Colombia. Retrieved 7 May 2020, from <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>
- Vivaldi, C. (2019). La importancia de las PYMES en Colombia. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-colombia>
- Zúñiga, J. (2017). Las pymes y la economía peruana. Recuperado de <http://larepublica.pe/impresa/economia/1409-las-pymes-y-la-economia-peruana>

**ANEXOS:**

**Anexo 1:** Cronograma de actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																	
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la Investigación									X							
10	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 2. Presupuesto


<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones			
• Internet	65.00	2	130.00
• Fotocopias			
• Empastado			
• Papel bond A-4 (500 hojas)			
• Lapiceros	2.50	1	2.50
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	1.00	2	2.00
<b>Sub total</b>			
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>184.50</b>
<b>Presupuesto no desembolsable (Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% ó Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			<b>400.00</b>
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			<b>252.00</b>
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			<b>652.00</b>
<b>Total (S/.)</b>			<b>836.50</b>

**ANEXO 3: Cuadro de Sondeo**

<b>N°</b>	<b>Razón Social</b>	<b>Dirección</b>
<b>1</b>	Ricoton Chiken	Jr. Enrique Palacios 411 Jr, Prolongación Leoncio Prado 393, Chimbote
<b>2</b>	Pollos Cesar`s	Pról. Alfonso Ugarte 581, Chimbote 02803
<b>3</b>	La Granja Linda	WCF4+WV5, Chimbote 02803
<b>4</b>	Napos	Av. Pardo 374, Chimbote 02803

## Anexo 4: Consentimiento Informado

Recoblar chiken

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**

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 EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO POLLERÍA, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, AÑO 2020** y es dirigido por **Velasquez Saucedo Jose Benjamín**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Obtener el título profesional de Licenciado en Administración.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 2 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 su correo electrónico. Si desca, también podrá escribir al correo **abdiel.matias@hotmail.com** 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: Aron Romo16062

Fecha: 21/10/20

Correo electrónico: 936815498

Firma del participante: [Firma manuscrita]

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

Aprobado 24-07-2020

CIEI VERSION 001

Pollería Cesar

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Estimado señor (a).

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el título profesional de Licenciado en Administración denominado: **PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO POLLERÍA, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, AÑO 2020**

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

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

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Mgtr. Elida Adelia Estrada Diaz quien tiene el N° de celular 947213601 o a su Correo: eestrada@uladech.edu.pe

**Declaración del participante.**

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Sara Velazquez Arevalo  
Nombre del estudiante  
investigador

[Firma]  
Firma del estudiante  
investigador

16/10/2020  
Fecha

8:42 pm  
Hora

Lic. Sois Suyón Galvez  
Nombre del representante  
de la empresa

[Firma]  
Firma del  
representante de la  
empresa

16/10/2020  
Fecha

8:42 pm  
Hora

No. 105



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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 EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO POLLERÍA, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, AÑO 2020** y es dirigido por **Velasquez Saucedo Jose Benjamin**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Obtener el título profesional de Licenciado en Administración.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará **2 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 su **correo electrónico**. Si desea, también podrá escribir al correo **abdiel.macias@hotmail.com** para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: Jenireth Saraid Chirinos Boadas.

Fecha: 21/10/20 (miércoles).

Correo electrónico: jenirethchirinos@gmail.com.

Firma del participante: Jenireth.

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Velasquez



*Gracias*

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**

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 EN ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO POLLERÍA, CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, AÑO 2020** y es dirigido por Veasquez Saucedo Jose Benjamín, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Obtener el título profesional de Licenciado en Administración.**  
Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 2 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 su correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo **abdiel.macias@hotmail.com** 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: Junior Bohorquez Coronel

Fecha: 21/10/20

Correo electrónico: junior91\_ing@hotmail.com

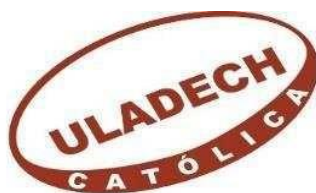
Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Aprobado 24-07-2020



## **ANEXO 5: CUESTIONARIO**



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

### **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro – Pollerías, Casco Urbano de Chimbote, Año 2018. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I.GENERALIDADES**

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

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

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

###### **2. Genero**

- a) Masculino
- b) Femenino

###### **3. Grado de instrucción**

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

###### **4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

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

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

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

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

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

**7. Número de Trabajadores**

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

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

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

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

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

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

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

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

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



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

- a) Si
- b) No

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

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

**14. 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

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

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

**16. 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.

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

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

## **2.2. GESTIÓN DE CALIDAD**

**18. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?**

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

**19. 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

**20. ¿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

**21. 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

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

- a) Si
- b) No

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

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

**Anexo 6: INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO  
DE INVESTIGACIÓN**

**i. DATOS GENERALES:**

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Morillo Campos Yuly Yolanda

**1.2. Grado Académico:** Maestría en Gestión Pública

**1.3. Profesión:** Licenciada en Administración

**1.4. Institución donde labora:** Independiente

**1.5. Cargo que desempeña:** Gestión empresarial

**1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario

**1.7. Autor del instrumento:** Velásquez Saucedo José

**1.8. Carrera:** Administración

**ii. VALIDACIÓN:**

**Ítems correspondientes al Instrumento 1: Gestión de calidad**

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	
<b>Aspecto complementario Representantes</b>							
1. ¿Cuál es su edad?	X		X		X		
2. ¿Genero del que pertenece?	X		X		X		
3. ¿Cuál es el grado de instrucción?	X		X		X		
4. ¿Cuál es el cargo que desempeña?	X		X		X		
5. ¿Cuánto tiempo lleva desempeñando o el cargo?	X		X		X		
<b>Micro y pequeñas empresas</b>							
6. ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en el rubro?	X		X		X		
7. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?	X		X		X		

8. ¿Qué personas trabajan en la empresa?	X		X		X		
9. ¿Cuál fue el objetivo de creación de la empresa?	X		X		X		


**Ítems correspondientes al Instrumento 1: Atención al cliente**

Dimensión 1: Conocimiento							
10. ¿Conoce el termino atencional cliente?	X		X		X		
11. ¿La gestión de calidad permite posicionar a la empresa	X		X		X		
12. ¿La atención es fundamental para que regresen al establecimiento?	X		X		X		
13. ¿Principales factores que considera para la calidad al servicio que brinda?	X		X		X		
14. ¿Cuál es la razón de la mala atención al cliente?	X		X		X		
Dimensión 2: Aplicación							
15. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	X		X		X		
16. ¿Herramientas que utiliza para un servicio de calidad?	X		X		X		
17. ¿La atención que brinda es?	X		X		X		
18. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	X		X		X		

## Ítems correspondientes al Instrumento 2: Gestión de calidad

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	
<b>Dimensión 1: Técnicas modernas de gestión de calidad</b>							
19. ¿Conoce el término gestión de calidad?	X		X		X		
20 ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	X		X		X		
22 ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	X		X		X		
23 ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		
24 ¿La gestión de la calidad contribuye a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?	X		X		X		
30 ¿Cree que es importante mejorar constantemente para brindar un producto y servicio de calidad?	X		X		X		
<b>Dimensión 2: Seguimiento y evaluación de Gestión de calidad</b>							
21 ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?	X		X		X		

25 ¿Capacita a sus colaboradores para contribuir en el buen funcionamiento de la mejora de la Mype?	X		X		X		
26 ¿Realiza el seguimiento adecuado a los procesos que se desarrollan dentro de la Mype?	X		X		X		
27 ¿Evalúa el desempeño de las actividades realizada por sus colaboradores en la Mype?	X		X		X		
28 ¿Evalúa y compara los resultados obtenidos con los objetivos planteados a finde mejorarlos?	X		X		X		
29 ¿Corrige los procesos deficientes encontrados en el desarrollo de las actividades de la Mype?	X		X		X		

  
 Mg Yuly Yolanda Morillo Campos  
 LICENCIADA EN ADMINISTRACION  
 CLAD N° 01359

DNI N° 33263862

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO  
DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Rubio Castillo Robert

**1.2. Grado Académico:** Maestría en Administración

**1.3. Profesión:** Licenciado en Administración

**1.4. Institución donde labora:** ESSALUD CHIMBOTE

**1.5. Cargo que desempeña:** Profesional Administrativo

**1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario

**1.7. Autor del instrumento:** Velásquez Saucedo José

**1.8. Carrera:** Administración

**II. VALIDACIÓN:**

**Ítems correspondientes al Instrumento 1: Gestión de calidad**

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	
<b>Aspecto complementario</b>							
<b>Representantes</b>							
1. ¿Cuál es su edad?	X		X		X		
2. ¿Genero del que pertenece?	X		X		X		
3. ¿Cuál es el grado de Instrucción	X		X		X		
4. ¿Cuál es el cargo que desempeña?	X		X		X		
5. ¿Cuánto tiempo llevadesempeñando o el cargo?	X		X		X		

Micro y pequeñas empresas							
6. ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en el rubro?	X		X		X		
7. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?	X		X		X		
8. ¿Qué personas trabajan en la empresa?	X		X		X		
9. ¿Cuál fue el objetivo de creación de la empresa?	X		X		X		

**Ítems correspondientes al Instrumento 1: Atención al cliente**

Dimensión 1: Conocimiento							
10. ¿Conoce el término atención al cliente?	X		X		X		
11. ¿La gestión de calidad permite posicionar a la empresa?	X		X		X		
12. ¿La atención es fundamental para que regresen al establecimiento?	X		X		X		
13. ¿Principales factores que considera para la calidad al servicio que brinda?	X		X		X		
14. ¿Cuál es la razón de la mala atención al cliente?	X		X		X		
Dimensión 2: Aplicación							



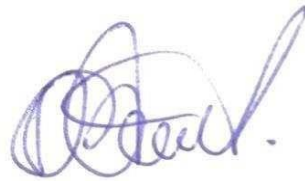
15. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	X		X		X		
16. ¿Herramientas que utilizapara un servicio de calidad?	X		X		X		
17. ¿La atención que brinda es?	X		X		X		
18. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención alcliente?	X		X		X		

### Ítems correspondientes al Instrumento 2: Gestión de calidad

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	
Dimensión 1: Técnicas modernas de gestión de calidad							
19. ¿Conoce el término gestión de calidad?	X		X		X		
20. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	X		X		X		
22. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	X		X		X		
23. ¿La gestión de localidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		

24 ¿La gestión de la calidad contribuye a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?	X		X		X		
30 ¿Cree que es importante mejorar constantemente para brindar un producto y servicio de calidad?	X		X		X		
Dimensión 2: Seguimiento y evaluación de Gestión de calidad							
21 ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?	X		X		X		
25 ¿Capacita a sus colaboradores para contribuir en el buen funcionamiento de la mejora de la Mype?	X		X		X		
26 ¿Realiza el seguimiento adecuado a los procesos que se desarrollan dentro de la Mype?	X		X		X		
27 ¿Evalúa el desempeño de las actividades realizada por sus colaboradores en la Mype?	X		X		X		
28 ¿Evalúa y compara los resultados obtenidos con los objetivos planteados a fin de mejorarlos?	X		X		X		

29 ¿Corrige los procesos deficientes encontrados en el desarrollo de las actividades de la Mype?	X		X		X		
--	---	--	---	--	---	--	--



**MG. ROBERT RUBIO CASTILLO**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**  
**CLAD N° 01358**

**DNI: 32888279**

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO  
DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Limo Vásquez, Miguel Ángel

**1.2. Grado Académico:** Magister

**1.3. Profesión:** Licenciado en Administración

**1.4. Institución donde labora:** Uladech

**1.5. Cargo que desempeña:** Docente

**1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario

**1.7. Autor del instrumento:** Velásquez Saucedo José

**1.8. Carrera:** Administración

**II. VALIDACIÓN:**

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Gestión de calidad

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	
<b>Aspecto complementario</b>							
<b>Representantes</b>							
1. ¿Cuál es su edad?	X		X		X		
2. ¿Genero del que pertenece?	X		X		X		
3. ¿Cuál es el grado de Instrucción?	X		X		X		
4. ¿Cuál es el cargo que desempeña?	X		X		X		
5. ¿Cuánto tiempo lleva desempeñando o el cargo?	X		X		X		
<b>Micro y pequeñas empresas</b>							
6. ¿Cuánto tiempo tiene la empresa en el rubro?	X		X		X		

7. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?	X		X		X		
8. ¿Qué personas trabajan en la empresa?	X		X		X		
9. ¿Cuál fue el objetivo de la empresa?	X		X		X		

### Ítems correspondientes al Instrumento 1: Atención al cliente

Dimensión 1: Conocimiento							
10. ¿Conoce el termino atencional cliente?	X		X		X		
11. ¿La gestión de calidad permite posicionar a la empresa	X		X		X		
12. ¿La atención es fundamental para que regresen al establecimiento?	X		X		X		
13. ¿Principales factores que considera para la calidad al servicio que brinda?	X		X		X		
14. ¿Cuál es la razón de la mala atención al cliente?	X		X		X		
Dimensión 2: Aplicación							
15. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	X		X		X		
16. ¿Herramientas que utilizapara un servicio de calidad?	X		X		X		

17. ¿La atención que brinda es?	X		X		X		
18. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	X		X		X		

### Ítems correspondientes al Instrumento 2: Gestión de calidad

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	
Dimensión 1: Técnicas modernas de gestión de calidad							
19. ¿Conoce el término gestión de calidad?	X		X		X		
20 ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	X		X		X		
22 ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	X		X		X		
23 ¿La gestión de localización contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		
24 ¿La gestión de la calidad contribuye a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?	X		X		X		

30 ¿Cree que es importante mejorar constantemente para brindar un producto y servicio de calidad?	X		X		X		
Dimensión 2: Seguimiento y evaluación de Gestión de calidad							
21 ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?	X		X		X		
25 ¿Capacita a sus colaboradores para contribuir en el buen funcionamiento de la mejora de la Mype?	X		X		X		
26 ¿Realiza el seguimiento adecuado a los procesos que se desarrollan dentro de la Mype?	X		X		X		
27 ¿Evalúa el desempeño de las actividades realizada por sus colaboradores en la Mype?	X		X		X		
28 ¿Evalúa y compara los resultados obtenidos con los objetivos planteados a fin de mejorarlos?	X		X		X		

29 ¿Corrige los procesos deficientes encontrados en el desarrollo de las actividades de la Mype?	X		X		X		
--	---	--	---	--	---	--	--



Mg Miguel A. Limo Vásquez  
DNI: 18215927  
CLAD 04926



## **Anexo 7. Declaración Jurada**

### **DECLARACIÓN JURADA**

Yo, JOSÉ BENJAMÍN VELÁSQUEZ SAUCEDO, identificado (a) con DNI 70216575 y código de estudiante 0103151033 de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados de la Investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes participaron en la encuesta en Forma Voluntaria para realizar la investigación titulada: Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante de la Gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la Investigación y no presenta ningún conflicto de interés. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar tanto a LA UNIVERSIDAD como a terceros, por el incumplimiento de lo declarado. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación.

De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en la Investigación; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad de Católica los Ángeles de Chimbote.

Lugar y fecha: Chimbote 30 de diciembre del 2022



JOSÉ BENJAMÍN VELÁSQUEZ SAUCEDO

70216575

## Anexo 8. Figuras

**Características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.**

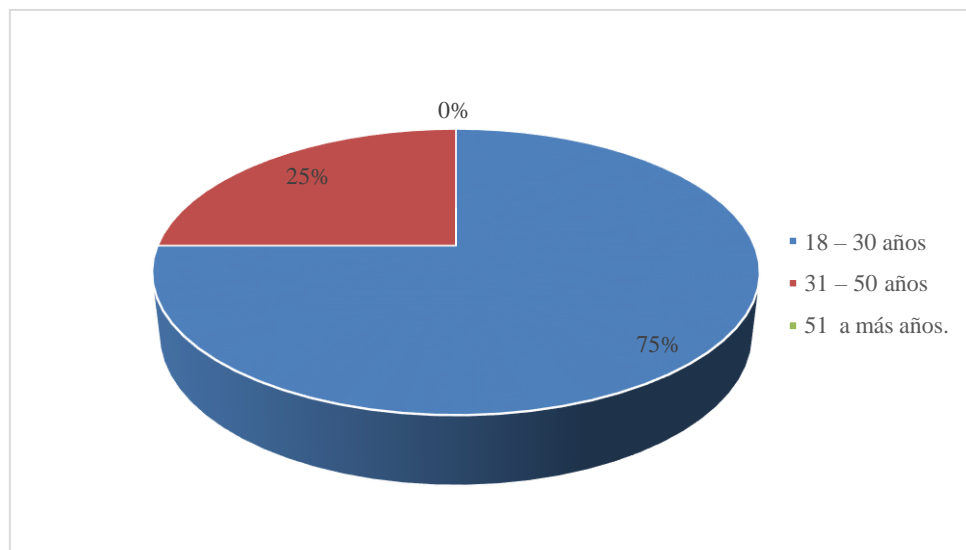


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

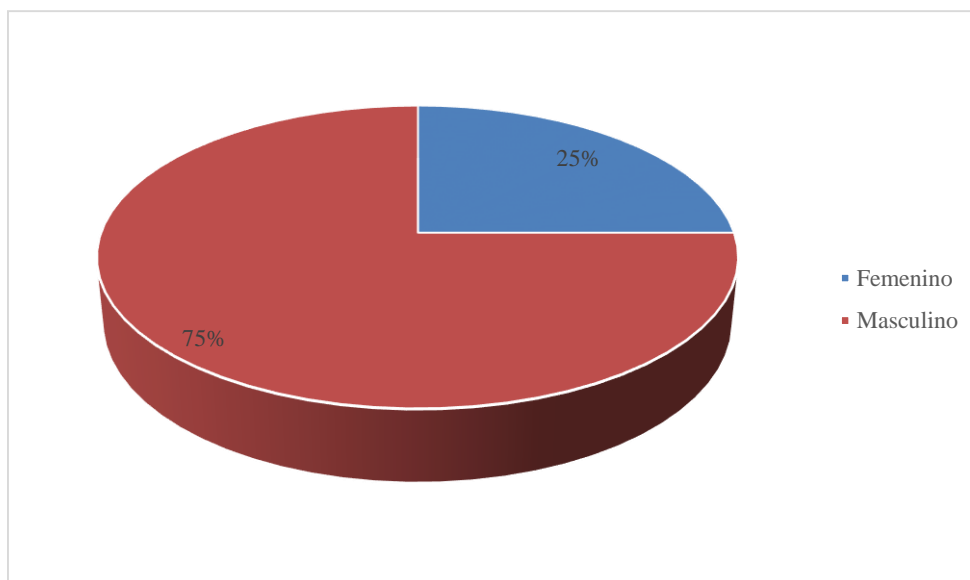


Figura 2. Género del representante

Fuente: Tabla 1

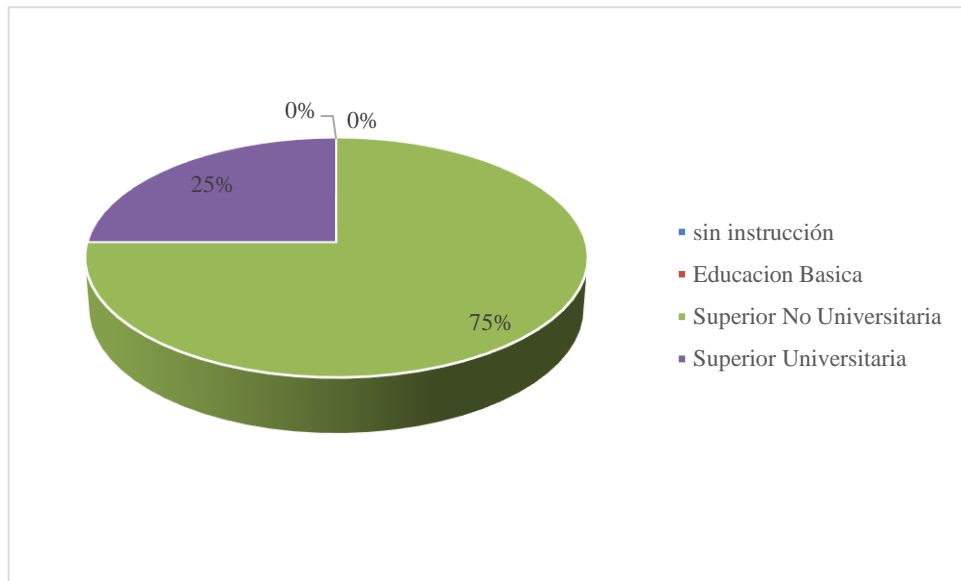


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

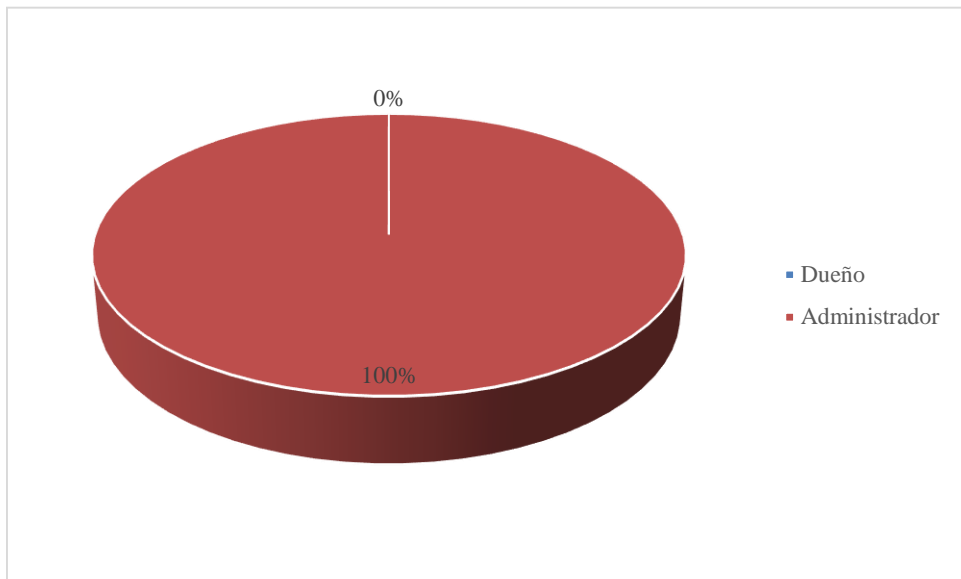


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

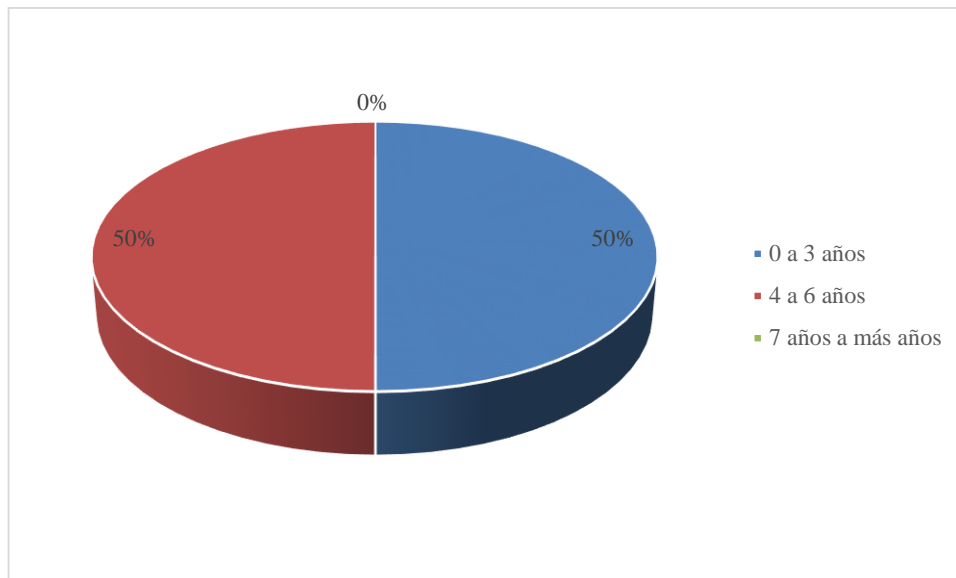


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente: Tabla 1

**Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.**

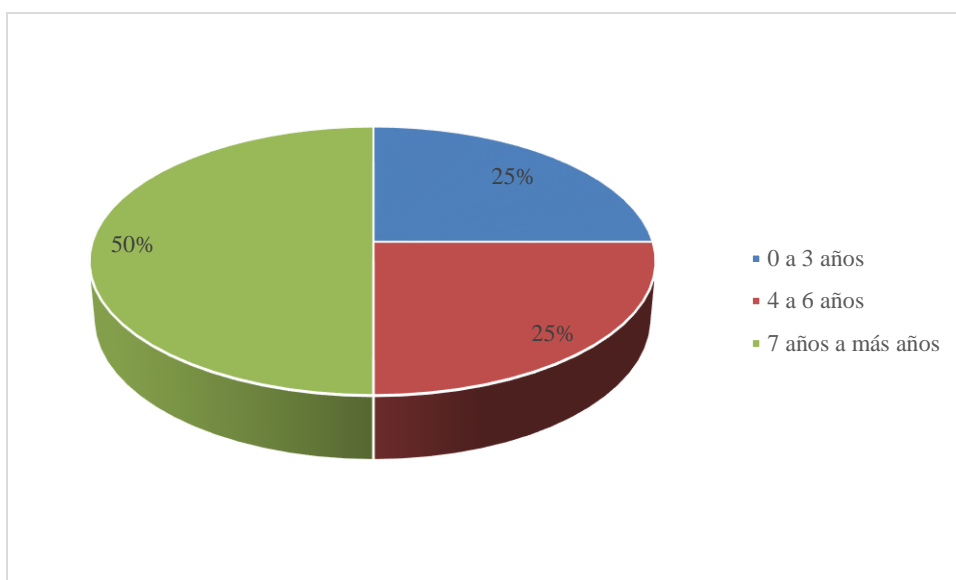


Figura 6. Permanencia en la empresa

Fuente: Tabla 2

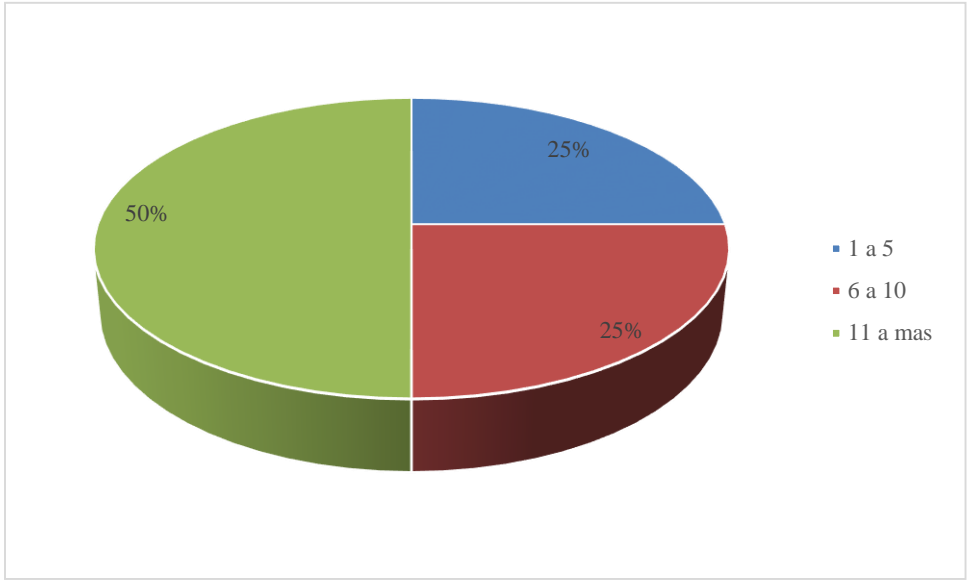


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

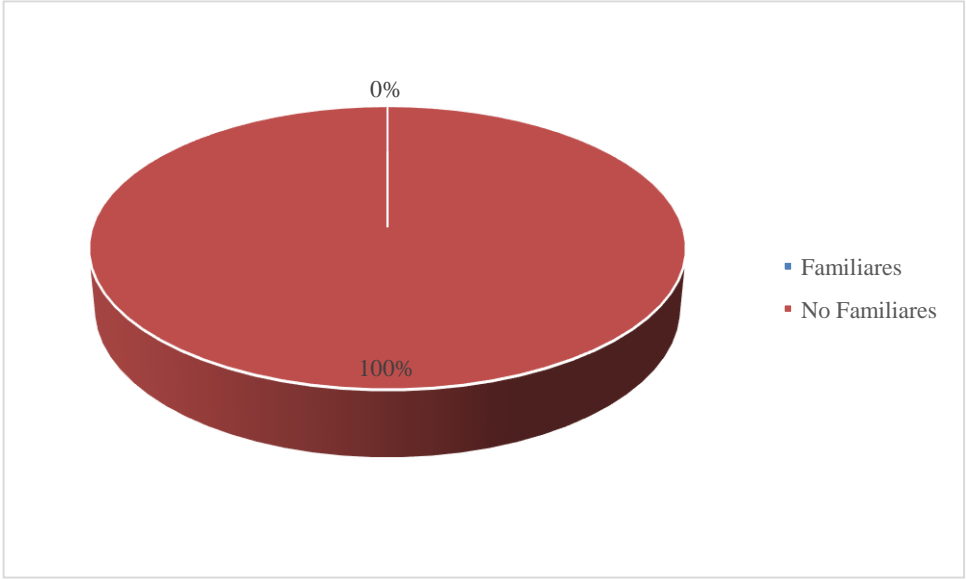


Figura 8. Personas que trabajan en la empresa

Fuente: Tabla 2

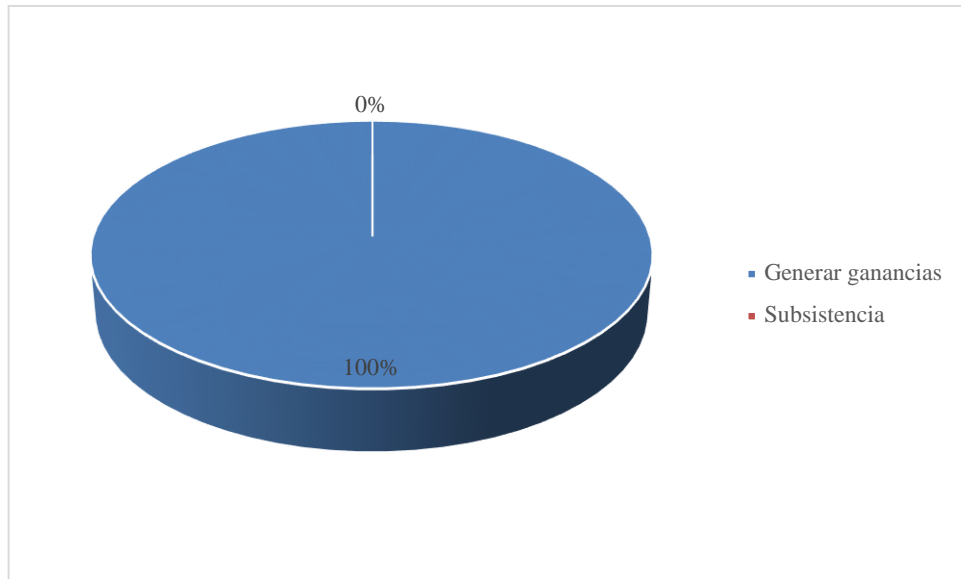


Figura 9. Objetivo de la Creación

Fuente: Tabla 2

**Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.**

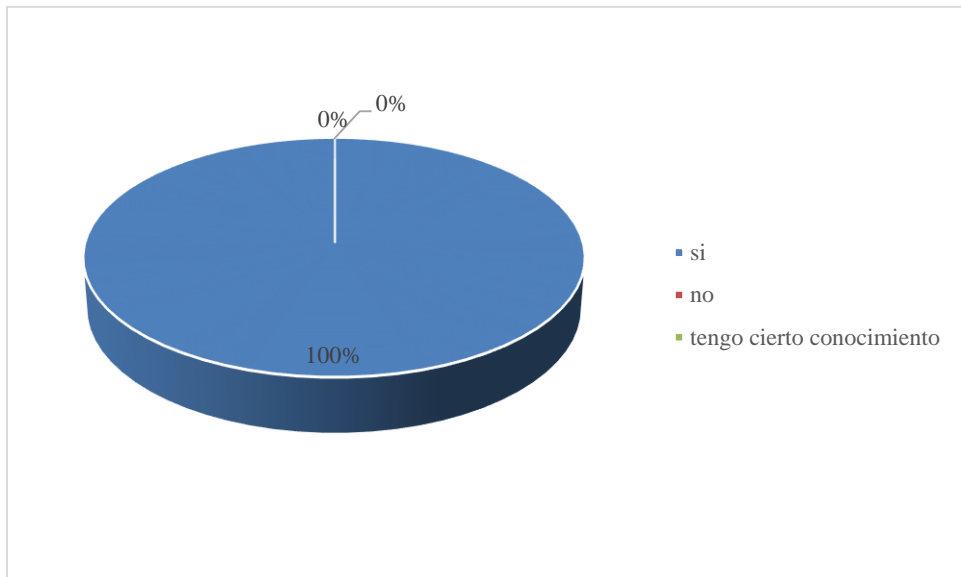


Figura 10. Termino atención al cliente

Fuente: Tabla 3

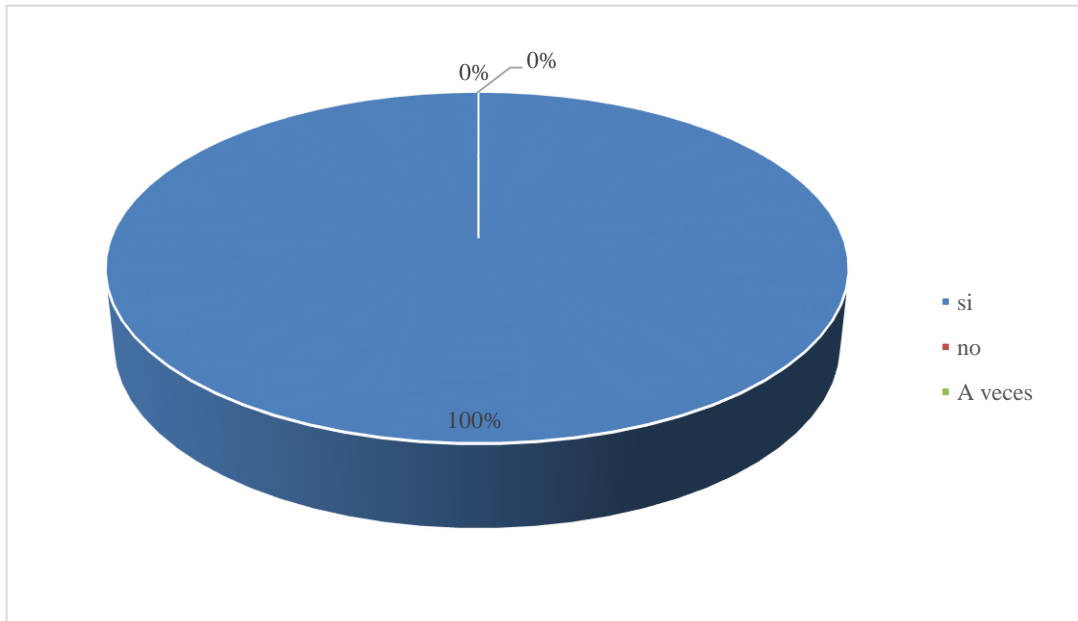


Figura 11. Servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Tabla 3

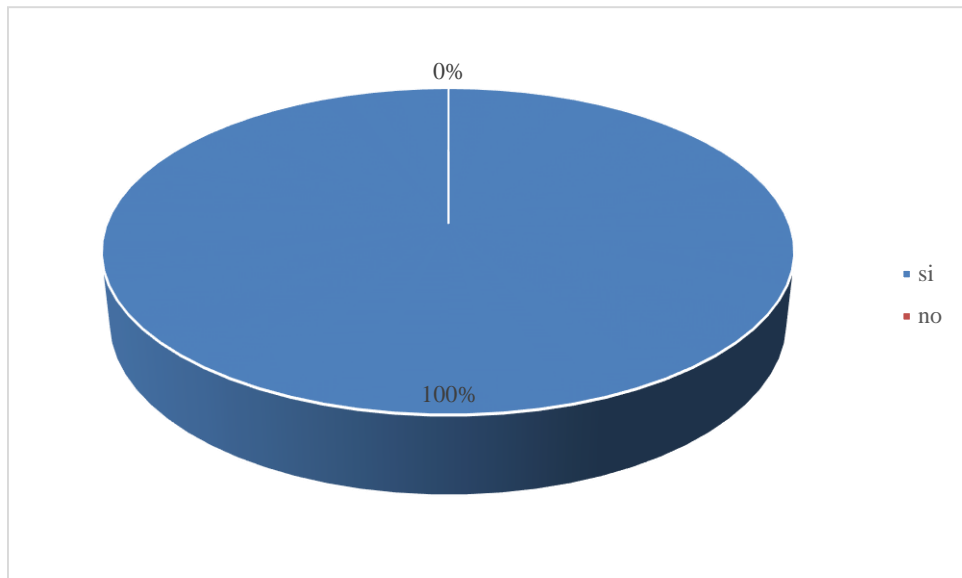


Figura 12. Atención al cliente es fundamental

Fuente: Tabla 3

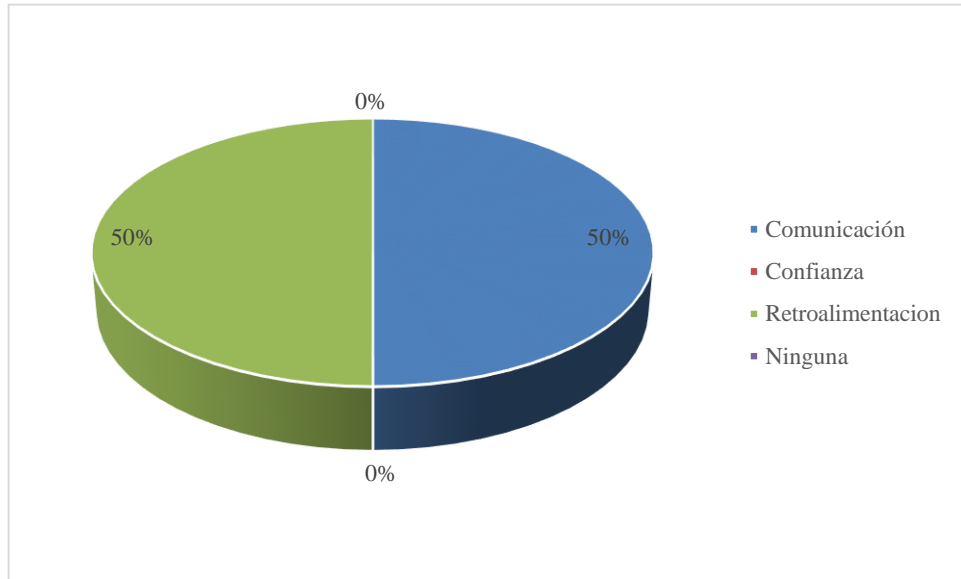


Figura 13. Herramientas de servicio de calidad.

Fuente: Tabla 3

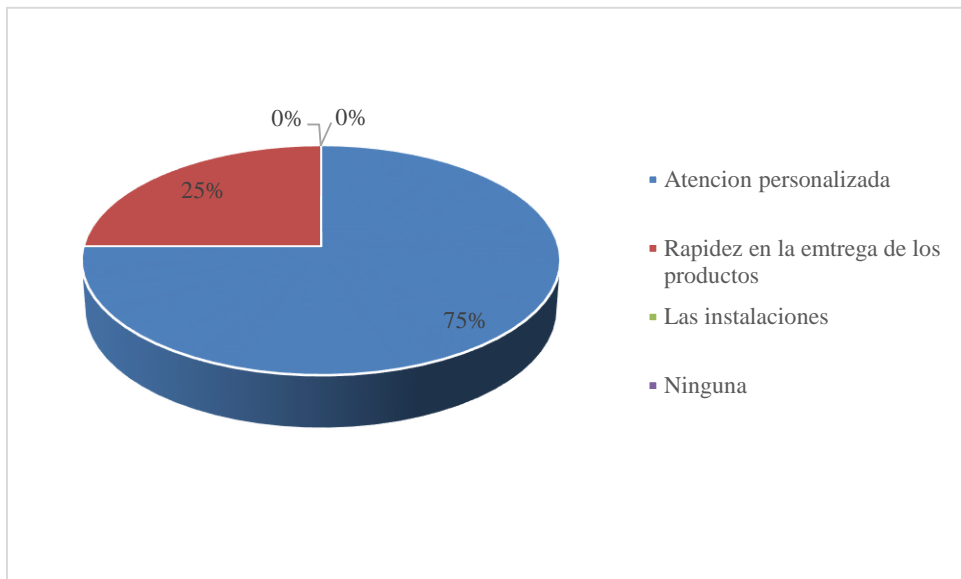


Figura 14. Factores para la calidad del servicio.

Fuente: Tabla 3



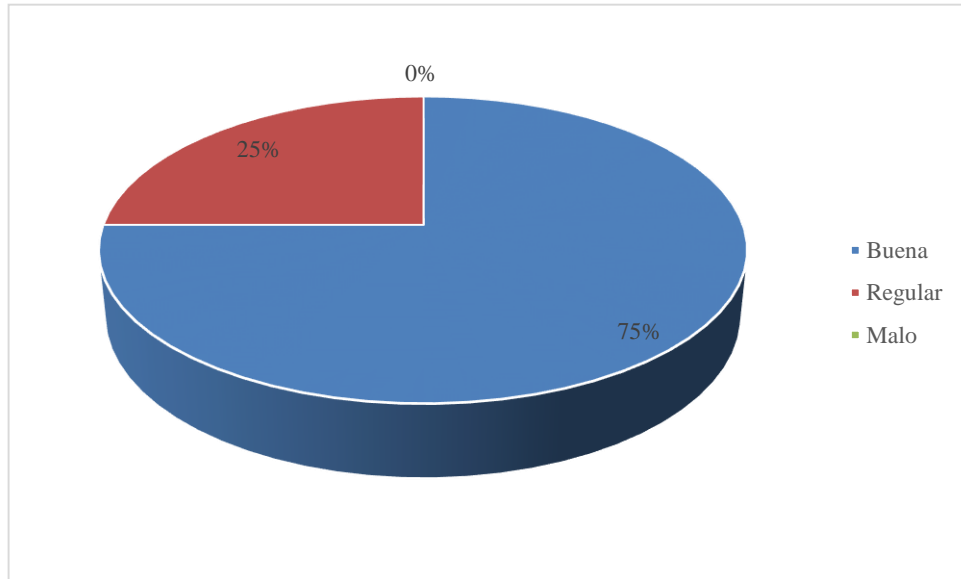


Figura 15. Atención que brinda al cliente

Fuente: Tabla 3

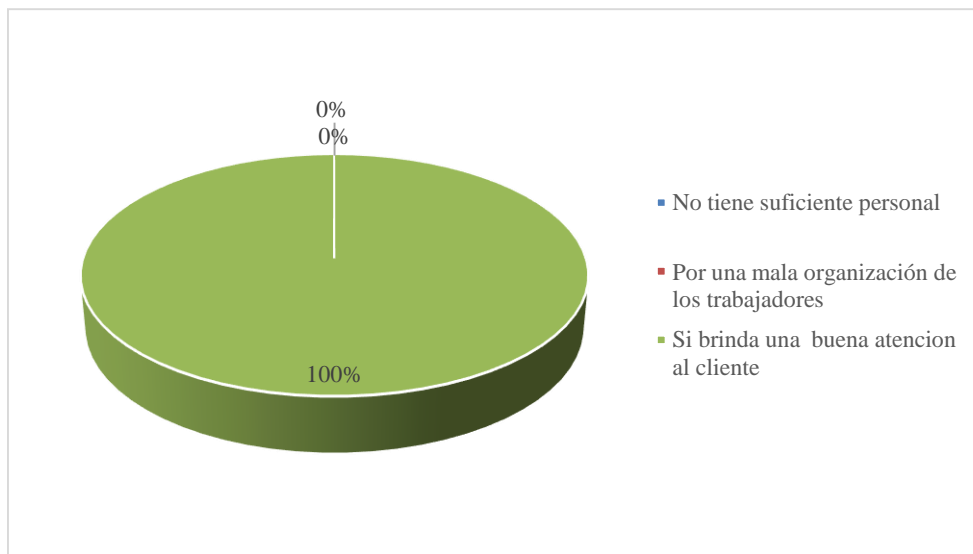


Figura 16. Mala atención al cliente.

Fuente: Tabla 3

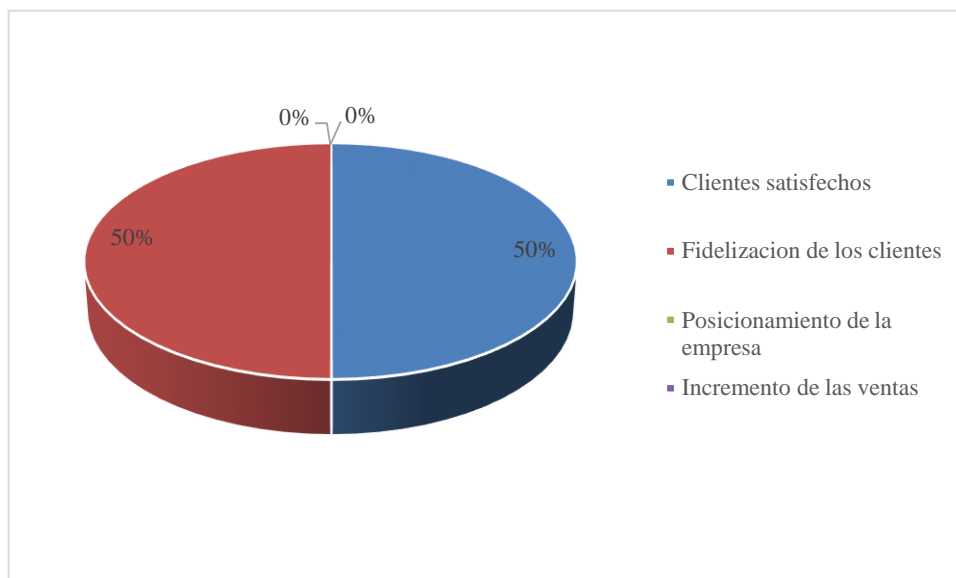


Figura 17. Resultados dando una buena atención al cliente.

Fuente: Tabla 3

**Características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2020.**

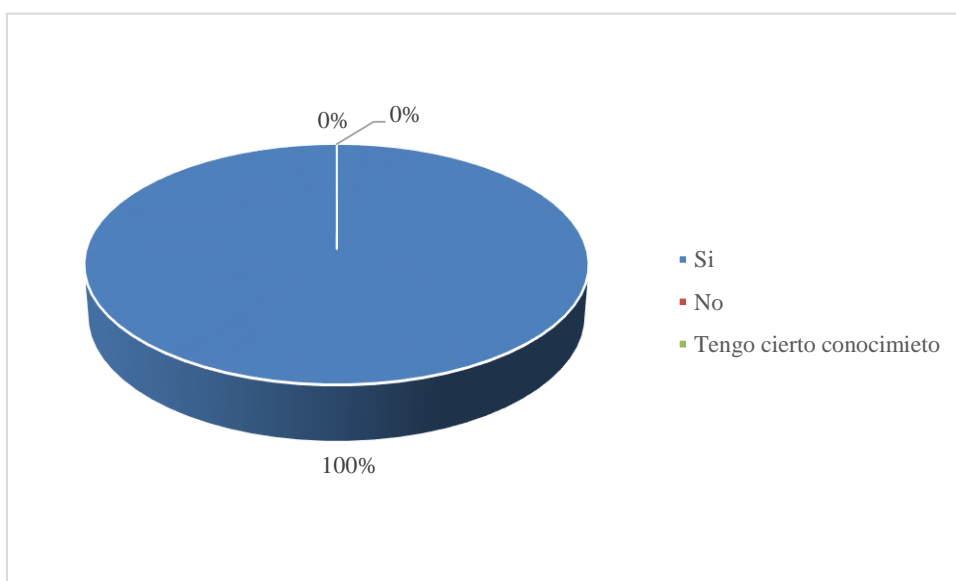


Figura 18. Termino Gestión de Calidad

Fuente: Tabla 4

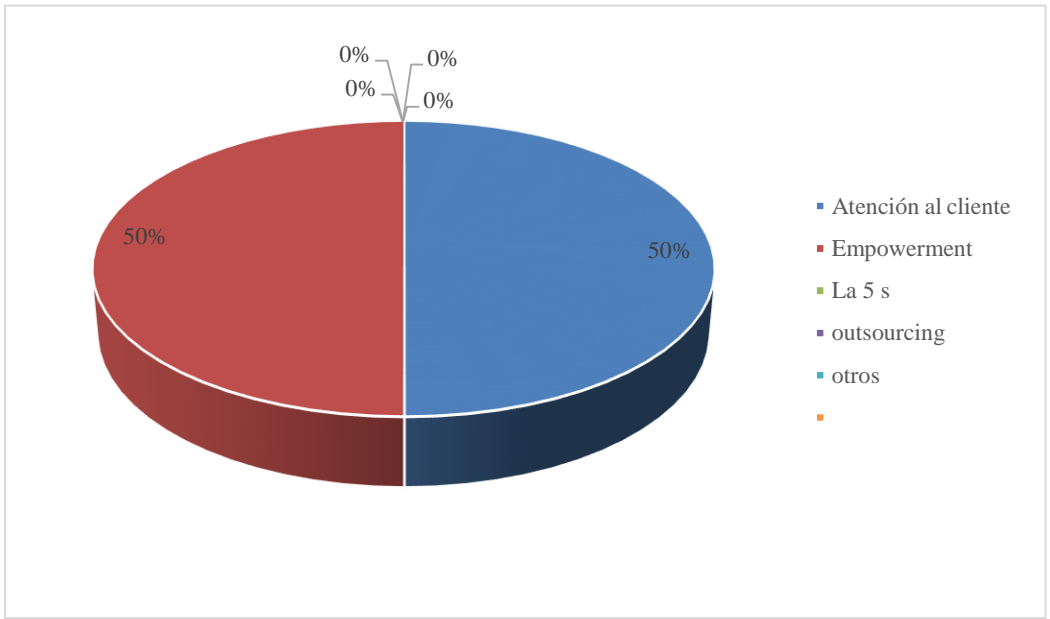


Figura 19. Técnicas modernas de gestión de calidad

Fuente: Tabla 4

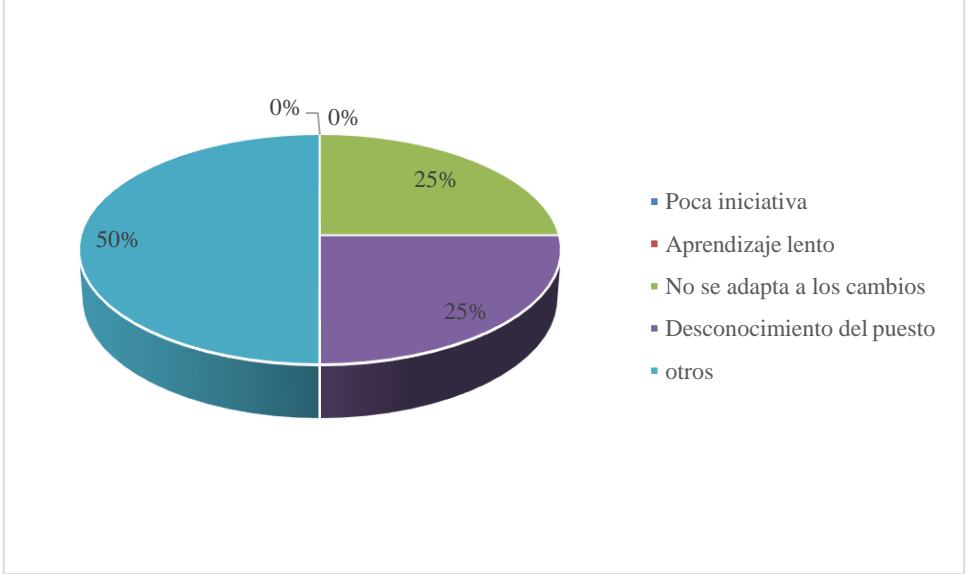


Figura 20. Dificultades de los trabajadores

Fuente: Tabla 4

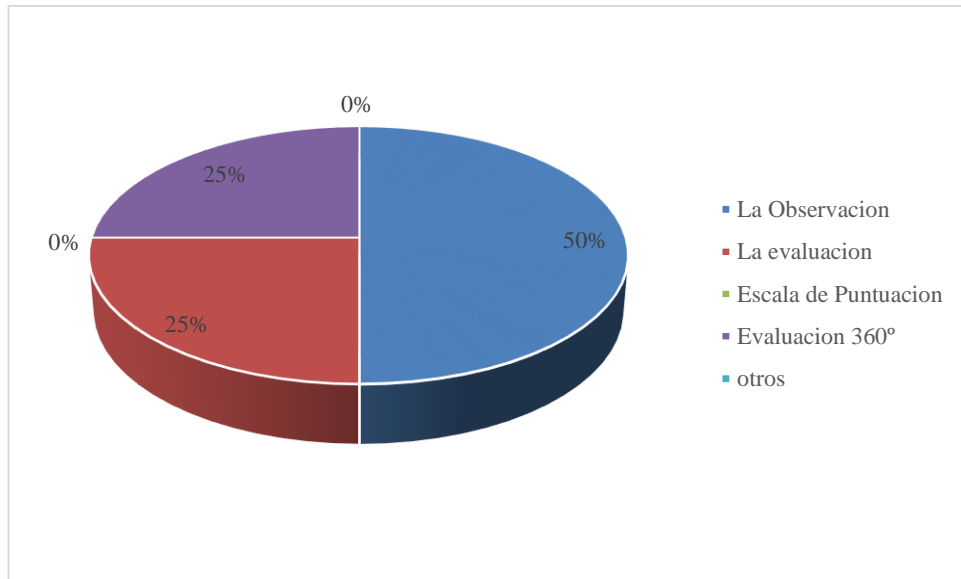


Figura 21. Técnicas para medir el rendimiento del trabajador

Fuente: Tabla 4

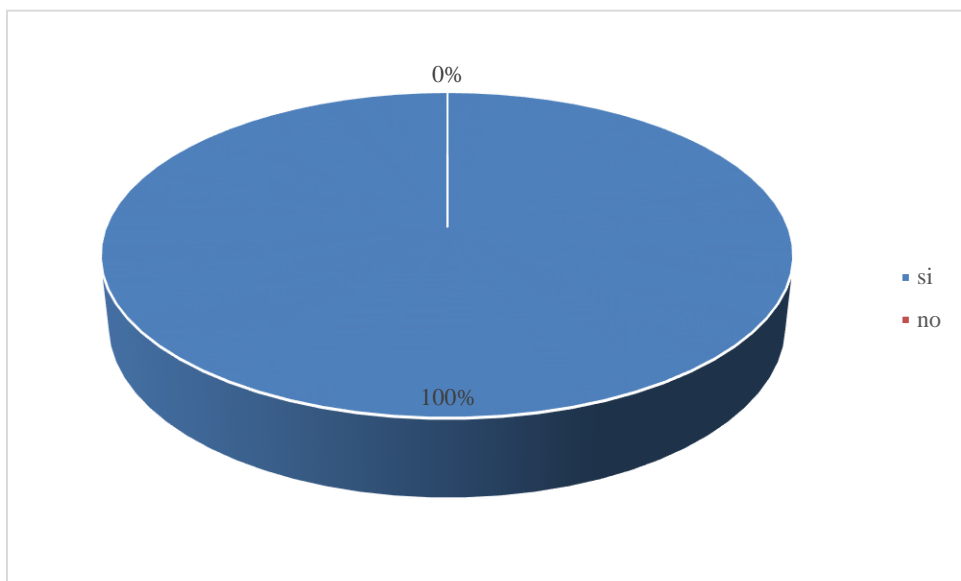


Figura 22. Gestión de calidad contribuye al negocio

Fuente: Tabla 4

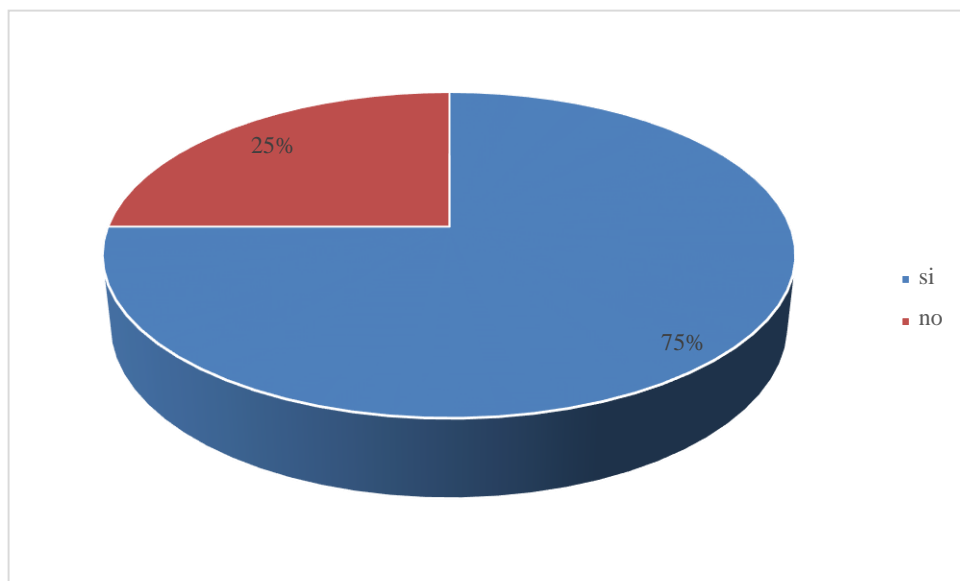


Figura 23. Gestión de la calidad que ayuda a los objetivos de la empresa.

Fuente: Tabla 4

# TC-820-JVELASQUEZS-PREBANCA-2022-03 - turnitin- corregido

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo