



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y  
PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO  
RESTAURANTES DEL DISTRITO DE SAYAN, PROVINCIA  
DE HUAURA, AÑO 2019.

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

**AUTOR**

Br. Samanez Ferrebú, Ludwin Edgar

**ASESOR**

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

**CHIMBOTE – PERU**

**2019**

**Equipo de Trabajo**

**AUTOR**

Br. Ludwin Edgar Samanez Ferrebú

**ASESOR**

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina

**JURADO PRESIDENTE**

Mgr. Morillo Campos Yuly Yolanda

**MIEMBRO**

Mgr. Limo Vásquez Miguel Ángel

**MIEMBRO**

Mtro. Cerna Izaguirre Julio César

## **Hojas de firma del jurado**

Mgtr. Morillo Campos Yuly Yolanda

**Presidente**

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

**Miembro**

Mtro. Cerna Izaguirre Julio César

**Miembro**

## **Agradecimiento**

A Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera profesional, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme sabiduría, experiencias y sobre todo felicidad.

Agradezco a la vida por el magnífico escenario que me coloca para obtener mi título profesional, así como a las personas que siempre están a mi lado.

## **Dedicatoria**

A Dios por darme esta oportunidad de seguir esta carrera profesional lo cual hoy en día me identifica y por agradecerle por iluminarme y darme la fuerza necesaria a lo largo de esta etapa universitaria.

Dedico este trabajo de investigación, a mi familia, amigos que me aprecian y seguidores, motivo de mi superación personal y profesional.

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. En cuanto al tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo y diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo. Se tomó una muestra de 30 Restaurantes, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario; en la cual se llegó a las siguientes conclusiones: el 63% tienen una edad de entre 31 a 50 años, en cuanto al género se obtuvo que el 77% de los encuestados es masculino, con relación al grado de Instrucción se obtuvo que el 37% tiene el grado de instrucción técnica. En cuanto al número de trabajadores el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores. En cuanto a la situación legal de los restaurantes el 73% de las Mypes son formales. Con relación al tiempo de permanencia en el rubro se obtuvo que el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el mercado. En cuanto a que si están aplicando una Gestión de Calidad se obtuvo que el 70% no aplica una Gestión de Calidad. Con respecto al uso de las técnicas de Gestión de Calidad se obtuvo que el 37% no usa ninguna técnica de gestión, Con respecto a las prioridades para determinar la calidad de su empresa el 53% tienen como prioridad los precios bajos. En relación a la prioridad ante los clientes el 37% tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad. En cuanto al momento de contratar al personal el 40% al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos. Con respecto al tiempo de capacitación que brinda a sus colaboradores en atención al cliente el 53% no capacitan a sus colaboradores. Con relación a que factores cambiantes se adecuan a su negocio el 57% no se adecua a ningún factor externo cambiante. En cuanto a la contribución de una buena atención de calidad el 43% cree que una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio.

**Palabras claves:** Atención al cliente, Gestión de Calidad, Micro y pequeñas empresas.

## **Abstract**

The objective of this research was to determine the main characteristics of Quality Management in Customer Service of micro and small companies in the sector of the restaurant sector of Sayán District, Huaura Province, 2019. Regarding the type of research It was quantitative, descriptive level and non-experimental - transversal - descriptive research design. A sample of 30 Restaurants was taken, using the technique of the survey and as an instrument the questionnaire; in which the following conclusions were reached: 63% are between 31 and 50 years old, in terms of gender it was obtained that 77% of the respondents are male, in relation to the degree of Instruction it was obtained that the 37 % has the degree of technical instruction. Regarding the number of workers, 50% have from 6 to 10 workers. Regarding the legal situation of the restaurants, 73% of the Mypes are formal. Regarding the time of permanence in the area, it was obtained that 54% have between 4 to 6 years in the market. Regarding that if they are applying a Quality Management, it was obtained that 70% does not apply Quality Management. Regarding the use of the techniques of Quality Management, it was obtained that 37% do not use any management technique. With regard to the priorities to determine the quality of their company, 53% have low prices as a priority. In relation to the priority before the clients, 37% have quality potajes as a priority before their clients. Regarding the time to hire staff 40% when hiring the staff prefers to give work opportunity to their friends. With respect to the training time provided to its employees in customer service, 53% do not train their employees. In relation to which changing factors are adapted to your business, 57% do not adapt to any changing external factor. In terms of the contribution of good quality care, 43% believe that good quality care contributes to an increase in sales for the business.

**Keywords:** Customer Service, Quality Management, Micro and small businesses.

## Contenido

Titulo.....	i
Equipo de Trabajo.....	ii
Hojas de firma del jurado y asesor.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Contenido.....	viii
Índice de Tablas.....	ix
Índice de Figuras.....	x
I. Introducción.....	1
II. Revisión Literaria.....	4
III. Hipótesis.....	31
IV. Metodología.....	32
4.1. Diseño de investigación.....	32
4.2. Población y muestra.....	32
4.3. Definición y operacionalización de variables.....	33
4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	34
4.5. Plan de análisis.....	34
4.6. Matriz de consistencia.....	35
4.7. Principios éticos.....	37
V. Resultados.....	38
5.1. Resultados.....	38
5.2. Análisis de Resultados.....	43
VI. Conclusiones.....	48
Aspectos Complementarios.....	50
Referencias.....	51
Anexos.....	54

## Índice de Tablas

Tabla 1: Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. ....	38
Tabla 2: Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. ....	39
Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. ....	40
Tabla 4: Plan de mejora a los resultados para la aplicación de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. ....	42

## Índice de Figuras

Figuras 1: Edad de los representantes. ....	61
Figuras 2: Genero de los representantes .....	61
Figuras 3: Grado de instrucción de los representantes.....	62
Figuras 4: Número de empleados con la que cuenta su empresa.....	62
Figuras 5: Situación legal de la empresa.....	63
Figuras 6: Tiempo de permanencia de la micro y pequeña empresa en el rubro .....	63
Figuras 7: Está aplicando una Gestión de calidad en su negocio.....	64
Figuras 8: Qué técnicas modernas de gestión empresarial usa en su empresa.....	64
Figuras 9:Cuál es su prioridad para determinar la calidad en su empresa .....	65
Figuras 10:Cuál es su prioridad ante sus clientes para gestionar una atención de calidad.....	65
Figuras 11: Al momento de contratar al personal, ¿Qué toma en cuenta?.....	66
Figuras 12: Cada que tiempo capacita a sus colaboradores en atención al cliente. ....	66
Figuras 13: A qué factores externos cambiantes se adecúa su negocio .....	67
Figuras 14: De qué forma contribuye una atención de calidad a su empresa .....	67

## **I. Introducción**

Hoy en día el conocimiento es un factor importante para desarrollar el presente trabajo de investigación que lleva como las variables principales de estudio la Gestión de Calidad y la atención al cliente enfocado en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Restaurantes. Por lo tanto es imprescindible dar las pautas necesarias para que los pequeños empresarios traten de mejorar su gestión de su negocio brindando una mejor presentación de los que ofrece y así mejorar el buen servicio que debe tener este tipo de empresas.

En nuestro país las pequeñas y micro empresas desempeñan un papel preponderante en el desarrollo de la economía, toda vez que contribuye a crear empleos y así dando oportunidad a las personas que se enfocan en la gastronomía que es el tema que lleva a investigar. También cabe indicar que este tipo de empresas ayuda al incremento del producto bruto interno.

Es preciso indicar que las micro y pequeñas empresas todavía no se encuentran preparadas para ofrecer a los clientes a través de una adecuada gestión que les permita mejorar su calidad y así tener mayor aceptación de los comensales tanto peruanos como internacionales que son los elementos que de una u otra manera harán crecer su negocio.

El Distrito de Sayán se encuentra ubicado estratégicamente al Noreste de la Provincia de Huaura, perteneciente al departamento de Lima con una población aproximada de 23 mil habitantes, lugar donde se desarrollan transacciones comerciales. Es una ciudad que por su ubicación geográfica tiende a tener una vía accesible a las provincias de Oyón, Churín, entre otros que son destinos turísticos tanto para los nacionales y extranjeros.

Mucho de los pequeños empresarios se hacen cargo de su conducción sin tener un previo conocimiento de lo que significa desarrollar una gestión de calidad, por tanto es un problema que se debe verificar y aportar para su surgimiento de un modelo de negocio en el rubro restaurantes.

En la presente investigación vamos a desarrollar un estudio donde existen varios establecimientos de comidas más conocidos como restaurantes, si embargo se desconoce si estas micro y pequeñas empresas se encuentran laborando bajo condiciones o conocimientos sobre Gestión de Calidad en Atención al cliente, en tal sentido se plantió el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura, año 2019?.

Es por ello que el siguiente trabajo de investigación tiene como objetivo principal: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, de esta manera cuenta con los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Describir las principales características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.
- ✓ Describir las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura

año 2019.

- ✓ Describir las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.
- ✓ Elaborar un plan de mejora a los resultados para la aplicación de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.

Por lo tanto con este trabajo de investigación se tratará de hacer conocer la realidad de los pequeños empresarios en el rubro restaurantes, es decir hacerles saber sus debilidades en cuanto a una adecuada Gestión que sea de calidad y proponer algún tipo de estrategias para su aplicación en el manejo de dar un buen servicio a los clientes y así aportar al desarrollo y sostenimiento de sus negocios.

De igual manera este trabajo de investigación ayudara a los propietarios como también a sus colaboradores puedan conocer las principales características y formas de una adecuada gestión de calidad y atención al cliente, para que puedan aplicarla de manera eficiente a sus clientes y estos sientan la calidez, confiabilidad y sobre todo la fidelización, teniendo como objetivo fundamental sus negocios de manera competitiva y con el éxito en las ventas de sus productos ofrecidos.

Por ello, se tendrá en cuenta las fuentes estadísticas que nos ayudara a conocer nuestra población de estudio y el servicio al cliente, previamente también hacer un diagnóstico sobre procesos de mejoramiento. Esta investigación se tomara como fuente de modelo que ayudara a las futuras investigaciones a precisar, plasmar y profundizar el tema sobre la gestión de calidad y atención al cliente.

## II. Revisión Literaria

### Antecedentes de la Investigación

Villalba (2016) en su tesis titulada: *Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en azuca beach, azuca bistro y Sugerencias de Mejora*. En esta investigación se obtuvo como objetivo principal; 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. En cuanto a 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. Obteniendo como resultados 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.

López (2014) en su tesis titulada: *Evaluación del Servicio al Cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque*. Dicha investigación conto con un objetivo principal: Evaluar la forma en que se brinda actualmente el servicio al cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque, también se obtuvo una metodología de estudio de tipo descriptiva. Obteniéndose los siguientes resultados: demostraron la importancia que tiene brindar un buen servicio, como también se detectó la

necesidad que tienen los propietarios sometidos al estudio y se refiere a la falta de un método para evaluar el servicio prestado y la capacitación a colaboradores sobre atención y servicio al cliente, debido a que el servicio que brindan actualmente está motivado en base a incentivos económicos, pero no existe un plan de capacitación dirigido al personal para proporcionar servicios eficientes y adquirir nuevas técnicas de atención. Se obtuvo la siguiente conclusión: el propietario cuenta con métodos para evaluar el servicio prestado y que posea un manual de servicio al cliente, el que vendrá a fortalecer aspectos tales como: conocer al cliente, ofrecer servicios de calidad, la comunicación y manejo de quejas, técnicas de selección y capacitación de personal para atención al público, el trabajo en equipo, la mejora en los procesos.

Briones (2017) en su tesis titulada: *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.

Rodríguez (2016) en su tesis titulada: *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015*. En el siguiente trabajo de investigación se obtuvo el siguiente objetivo principal: Describir las principales características de la Gestión de la Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008 del Sector Comercio – Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador del Distrito de Huaraz, 2015. En la cual se encontró la siguiente metodología: cualitativo y descriptivo – No experimental y transaccional. Se obtuvo como resultado: una población conformada por veinte gerentes propietarios del Rubro Ventas de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador (Boticas), a los cuales se les aplicó el cuestionario, para conocer las características de la Gestión de la Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008. El resultado determinó que no se enfoca las acciones

preventivas y correctivas de la mejora continua, y la falta de confianza por parte de los colaboradores; así mismo, no se priorizan trabajar con parámetros estandarizados y documentados en sus actividades. Se concluyó que: La Gestión de Calidad es muy importante en el ámbito de la aplicación de procesos estandarizados para las empresas de gran envergadura, pero en cuanto a las MYPES se presenta como deficiente porque consideran las empresas pequeñas que no necesitan contar con políticas de gestión bien documentadas.

Ríos (2015) en su tesis titulada: *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de huanchaco año 2014*. Obteniendo como objetivo principal: Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios. En la cual se obtuvo los siguientes resultados: El 65% de representantes son de sexo masculino, El 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 a 44. El 60% los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa, El 50% el tiempo en años predomina de 5-7 años, El 90% de las MYPES son formales. El 95% de número de trabajadores permanentes representa la MYPE. El 45% la finalidad por la que se formó la MYPE fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares. El 50%. Los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención. El 85% creen que la gestión de calidad es importante para la empresa. El 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. El 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. El 85% de los

representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. El 60% de los representantes legales de las MYPES encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000. Concluye que: Los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. El tiempo que que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPES son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. De la siguiente investigación se concluyó que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención.

Hernández (2015) en su tesis titulada: *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014*. Se obtuvo como objetivo principal: determinar las características del marketing de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. Obteniéndose los siguientes resultados El 40% de los gerentes y /o administradores de las MYPES encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años. El 66.67% de los administradores de las MYPES son del sexo femenino. El 53.33 % de los de los gerentes y/o administradores de las MYPES encuestadas tienen solo secundaria completa. El 66.67 % de las MYPES encuestadas sí realizan orientaciones a la mejora del servicio. El 53.33% de las

MYPES encuestadas piensa que la orientar es responsabilidad de la empresa. El 53.33 % de la MYPES encuestadas piensa que la calidad más el precio es el principal criterio. El 60% de las MYPES encuestadas indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo. El 66.67% de las MYPES encuestadas aplican la innovación tecnológica. El 60% de las MYPES encuestadas opta por la estrategia liderazgo general en costos. El 75% indican que el precio es accesible. El 62.5% de los clientes encuestados indican que la calidad es buena. El 75% de los clientes encuestados indican que la atención es buena. El 62.5 % de los clientes encuestados indican que el tiempo de espera fue normal. El 75 % de los clientes encuestados indican que la calidad fue buena. El 25 % de los clientes encuestados indican que es el precio es adecuado. El 50 % de los clientes encuestados indican que la evolución es buena. Del siguiente estudio se concluye que: el estudio realizado la mayoría de los Gerentes y/o Administradores cuentan con estudios secundarios completos (53%) y (27%) cuentan con estudios primarios; esto significa una gran desventaja para el negocio ya que el mayor porcentaje de Gerentes y/o Administradores cuenta con estudios secundarios completos; esto implica que deberán orientarse en temas relacionados con el rubro y gestión de calidad. La gestión de calidad de las empresas no se maneja por ningún tipo de estándar. En la mayoría de las empresas, solamente apelan a criterios que se manejaron o aprendieron y que en algún momento dieron resultados, pero el negocio evoluciona y no se puede permitir el mantener ideas o costumbre que no vayan a la par de la expansión del negocio.

Gamarra (2017) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del*

*sector comercio– rubro ferretería, ciudad de Huarney, 2016.* Obteniendo como objetivo principal: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. En la cual se obtuvo los siguientes resultados: el 55% de los empresarios tienen entre 31-50 años de edad. El 67% de los empresarios respondieron que son de sexo masculino. El 61% tienen grado de instrucción secundaria. El 100% de las Micro y Pequeñas Empresas son formales. El 61% de las Micro y Pequeñas Empresas fueron creados con la finalidad de generar ganancia. El 44% de los empresarios señalaron que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención. El 72% de los empresarios si conocen el término de gestión de calidad, pero el 72% no utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación. Se llegó a las siguientes conclusiones: que, los empresarios tienen edad promedio de 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen grado de instrucción secundaria, las Micro y pequeñas empresas son formales, se crearon para generar ganancia, y atienden con prontitud. Sus propietarios conocen la gestión de calidad pero no usan las Tecnologías de Información y Comunicación.

Luna (2016). En su trabajo de investigación titulada: *Caracterización de la Gestión de Calidad de las micro y Pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013.* Llegó a los siguientes resultados: El 60,9% de los representantes de las mype encuestadas son de sexo masculino. El 52,2% de los representantes de las mype encuestadas, el rango de edad es de 18 – 30 años. El 47,8% de los empresarios encuestados en las mype tienen grado de instrucción Universitarios. El 43,5% de los representantes encuestados

manifiestan tener 3 años de actividad empresarial. El 65,2% de micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 69,6% de micro y pequeñas empresas encuestadas son formales. El 65,2% de micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan tener al trabajador en condiciones informales. El 100% de las mype encuestadas señalan que no cuentan con estándares de Calidad ISO, pero el 60,9% manifiestan aplicar una gestión de calidad. El 56,5% de las MYPEs encuestadas ejecutan la técnica de mejora Continua. El 78,3% de las mype encuestadas señalan que si realizan capacitación orientadas al servicio; y el 39,1% de micro y pequeñas empresas encuestadas tienen como prioridad el precio ante sus proveedores.

Se concluye que la mayoría de los representantes legales de la micro y pequeñas empresas son de género masculino; sus edades oscilan entre 18 y 30 años; tienen un grado de instrucción universitario. La mayoría de los representantes manifestaron que ejecutan técnicas como la mejora continua y la realización de capacitaciones orientadas al servicio, pero la totalidad de micro y pequeñas empresas señalan que no cuentan con estándares de calidad ISO.

## **Bases teóricas de la Investigación**

Según Ley N° 28015. Ley de promoción y formalización de la micro y pequeñas empresa. La ley de las micro y pequeñas empresas es una ley integral que no sólo regula el aspecto laboral de las empresas sino también los problemas ya sea administrativos, tributarios y de seguridad social. Estos se habían convertido en barreras burocráticas que impedían la formalización de este importante sector de la economía nacional, expresa el gremio empresarial. La nueva Ley de las micro y pequeñas empresas recoge la realidad de cada segmento empresarial, desde las empresas familiares, las micro, hasta las pequeñas empresas, las que ahora tienen su propia regulación de acuerdo a sus características y a su propia realidad.

La nueva ley será de aplicación permanente para las micro y pequeñas empresas, en tanto cumplan con los requisitos establecidos. Este régimen especial no tendrá fecha de caducidad que contemplaba la Ley N° 28015, limitación que constituía una barrera para la formalización empresarial y laboral de los microempresarios.

## **Definición de las micros y pequeñas empresas**

Artículo 2 de la Ley N° 28015, la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

## **Características de las micro, pequeñas y medianas empresas**

Según la ley 30056 (2013) se ha eliminado el número máximo de trabajadores

para poder de una u otra manera categorizar a las empresas, quedando así como único volumen de ventas la categorización, y de esta manera se ha creado un nuevo nivel de empresa.

Artículo 5 de Ley N° 28015, las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

- **Microempresa:** ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Mediana empresa:** ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

### **Lineamientos**

La acción del Estado en materia de promoción de las micro y pequeñas empresas se pueden orientar con los siguientes lineamientos estratégicos:

- a) Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las micro y pequeñas empresas, en el corto y largo plazo y que favorezcan la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados.
- b) Promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido

empresarial, a través de la articulación inter e intersectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando al mismo tiempo la asociatividad de las micro y pequeñas empresas y la integración en cadenas productivas y distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.

- c) Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las que resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a los micros y pequeñas empresas.
- d) Busca la eficiencia de la intervención pública, a través de la especialización por actividad económica y de la coordinación y concertación interinstitucional.
- e) Difunde la información y datos estadísticos con que cuenta el Estado y que gestionada de manera pública o privada representa un elemento de promoción, competitividad y conocimiento de la realidad de las micro y pequeñas empresas.
- f) Prioriza el uso de los recursos destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las micro y pequeñas empresas organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones.
- g) Propicia el acceso, en condiciones de equidad de género de los hombres y mujeres que conducen o laboran en las micro y pequeñas empresas, a las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promoción, formalización y desarrollo.
- h) Promueve la participación de los actores locales representativos de la

correspondiente actividad productiva de las micro y pequeñas empresas, en la implementación de políticas e instrumentos, buscando la convergencia de instrumentos y acciones en los espacios regionales y locales o en las cadenas productivas y distributivas.

- i) Promueve la asociatividad y agremiación empresarial, como estrategia de fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas.
- j) Prioriza y garantiza el acceso de las micro y pequeñas empresas a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual.
- k) Promueve el aporte de la cooperación técnica de los organismos internacionales, orientada al desarrollo y crecimiento de las micro y pequeñas empresas.
- l) Promueve la prestación de servicios empresariales por parte de las universidades, a través de incentivos en las diferentes etapas de los proyectos de inversión, estudios de factibilidad y mecanismos de facilitación para su puesta en marcha.

### **Tipos de micro y pequeñas empresas**

Según Mendoza A. (2013) las MYPE se clasifican en:

- **Micro y pequeña empresa de Subsistencia:** Son las unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, lo cual perjudica y pone en peligro su capital. Las micro empresas de subsistencia cuentan con escasa o ninguna maquinaria o activo fijo, se dedican a actividades que no requieren de transformación sustancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Son poco dinámicas en la

generación de empleo adicional remunerado y cuentan con un nivel de ventas por trabajador relativamente bajo. Adicionalmente, el nivel de educación de los trabajadores es relativamente bajo. Estas empresas proveen un flujo de caja vital, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.

- **Micro y pequeña empresa de Acumulación:** Son aquellas que tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa. Las empresas de acumulación muestran cierto nivel de maquinaria o activo fijo que les permite realizar trabajos más elaborados y diversificar el tipo de labor a la cual se dedican. Muestran substancialmente un mayor nivel de productividad que las empresas de subsistencia, y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado, también en ellas se presentan mayores niveles de gestión gerencial, con la tenencia de registros contables y administrativos. Este tipo de empresa, en efecto, arroja excedentes que están siendo reinvertidos en la expansión del negocio.

### **Los Emprendedores en una empresa**

Según Talavera (2015) son personas naturales que incursionan de forma espontánea al mundo de los negocios y que de esta manera aplican de una u otra manera las necesidades de las personas para poder generar un negocio de forma satisfactoria. Estas personas saben identificar las necesidades que en sí brinda el mercado y de esa manera pueden crear empresas o aprovechan la oportunidad de las mismas, asumiendo así los distintos riesgos que se puedan topa en el camino.

Según Peter Drucker manifiesta que el emprendedor busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad.

Los emprendedores tienen como herramienta específica la innovación ya que de una u otra manera explotan el cambio como la mejor oportunidad para los diferentes negocios o diferentes servicios que brindan.

### **Tipos de emprendedores**

- **Emprendedor Administrativo.-** dicho emprendedor hace uso de la investigación y desarrolla nuevas ideas para que de esta manera pueda mejorar e innovar formas para hacer crecer a la empresa.
- **Emprendedor oportunista.-** este emprendedor busca siempre las oportunidades que le da la vida y se mantiene alerta ante las posibilidades que lo rodean.
- **Emprendedor Adquisitivo.-** este emprendedor se mantiene frecuentemente en una innovación continua que le permite de una u otra manera crecer y mejorar satisfactoriamente lo que hace.
- **Emprendedor innovador.-** es una persona que en su afán de crecer y buscar oportunidades crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios e incluso en algunos que ya existen.
- **Emprendedor imitador.-** Este emprendedor genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes y de una u otra manera lo trata de mejorar.

## **Gestión**

Pérez y Merino (2008) , gestión hace referencia al efecto de administrar recursos y a la acción ya sea dentro de una entidad privada como estatal, para así alcanzar los objetivos propuestos de las empresas. Para ello uno o más individuos dirigen los proyectos laborales de otras personas busca n mejorar la productividad y la competitividad de la empresa o su negocio .

Gestión por lo tanto se manifiesta en términos generales hacia un conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

## **Calidad**

Según la norma ISO 9000 La calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (necesidades o expectativas establecidas). Los requisitos deben satisfacer las expectativas del cliente.

Cuatrecasas (2012) define a la calidad como el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenido en un sistema productivo, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone el cumplimiento por parte del producto de las especificaciones para las que ha sido diseñado, que deberán ajustarse a las expresadas por el cliente.

El concepto de calidad ha evolucionado a lo largo de los años, desde un mero control o inspección (rechazo de los productos defectuosos) hasta llegar a convertirse en uno de los grandes pilares de la estrategia global de una empresa.

## **Gestión de Calidad**

La Gestión de Calidad en términos generales es en sí cumplir con los parámetros para poder lograr un buen producto o servicio hacia los clientes logrando de esta manera que los mismos se sientan satisfechos.

Según Norma ISO 9000 La Gestión de Calidad viene hacer las actividades que en coordinación puedan dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad.

Cuatrecasas (2012) en su libro *Organización de la producción y dirección de operaciones*, plasma un nuevo concepto de Gestión de la Calidad total, donde manifiesta que la calidad de una u otra manera afecta a todas las áreas u sistemas de una empresa y así también involucrando a todo el recurso humano liderado por la alta dirección. De este modo se aplica la calidad desde la planificación y diseño de los productos y servicios, dando énfasis a una nueva filosofía de la forma de gestionar una organización; con ello, la calidad deja de representar un coste y se convierte en una característica que permite la reducción de costes y el aumento de beneficios.

En la actualidad el concepto de calidad total preside toda la gestión de las empresas y se ha convertido en la estrategia clave, el camino hacia la competitividad mejorando los costes y los plazos, al mismo tiempo que el servicio al cliente y la capacidad de respuesta frente a su demanda.

Ortiz (2011) los Sistemas de Gestión de calidad son un conjunto de normas y estándares que se relacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que la empresa requiere para satisfacer a sus clientes a través de una mejora continua de

una manera ordenada y sistemática.

### **Beneficio Internos para implementar un sistema de Gestión de Calidad**

- Enfoque hacia el cliente y orientación hacia los procesos de la organización.
- Alto compromiso de la gerencia con la calidad y la mejor toma de decisiones.
- Responsabilidad y autoridades definidas claramente dentro de la organización.
- Brindar una mejor condición de trabajo para los colaboradores dentro de la organización.
- Informe de diagnósticos y antecedentes eventuales.
- Reducción del costo por fallas internas (menos devoluciones, reemplazos, etc. por parte de los clientes).
- Mejoramiento continuo de los procesos de la organización conjuntamente.

### **Beneficio Externas para implementar un sistema de Gestión de Calidad**

- Los clientes tendrán más confianza en que obtendrán sus productos conforme a sus requerimientos, lo que conllevará a una mejor satisfacción de los clientes.
- Una mejor publicidad para poder presentar a los clientes las ventajas de poder llevar una mejor relación con la organización que gestiona la calidad de sus procesos, productos y servicio.
- Brindar una mayor confianza en que los productos y servicios de la organización cumplan con los requisitos y estándares reglamentarios pertinentes.

## **Principios de gestión de la calidad**

La norma ISO 9000. En su terminología ha identificado ocho principios de la gestión de calidad que pueden ser utilizados por las empresas y sus altas direcciones para que de esta manera puedan conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño.

- 1. Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes y de esta manera deben de entender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.
- 2. Liderazgo:** Los líderes establecen una unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberán crear y mantener un ambiente interno de trabajo que sea agradable, en la cual sus colaboradores puedan llegar a involucrarse y de esta manera pueda cumplir con los objetivos de la organización.
- 3. Participación del personal:** Los colaboradores son el pilar importante de una organización, su compromiso y su lealtad hacia ella tiene que de una u otra manera alcanzar con los objetivos de las mismas.
- 4. Enfoque basado en procesos:** cuando existe un enfoque orientado al proceso los resultados obtenidos son más fáciles de alcanzar.
- 5. Enfoque de sistema para la gestión:** Las organizaciones deben de identificar, entender y gestionar los procesos que se conectan como un sistema, para que de esta manera contribuya a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
- 6. Mejora continua:** La mejora continua en el caso del desempeño en toda la organización debería ser un objetivo permanente sobre todo para el

crecimiento de la misma.

**7. Análisis de datos para la toma de decisiones:** Las decisiones efectivas de una organización se basan en el análisis de los datos y la información que contengan.

**8. Relaciones con los proveedores:** la organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor. Cuando existe una alianza estratégica de mutuo beneficio, aumenta la posibilidad de crecimiento y éxito en la organización.

### **Atención al Cliente**

La existencia de toda empresa es en brindar un buen servicio a los clientes y en la forma como los atienden, y son estos quienes deciden finalmente el destino de las mismas, mediante la aceptación de los servicios y los productos que les ofrecen. Por lo tanto si la empresa no incluye la opinión o el punto de vista de los clientes en su estrategia de negocio y en sus esfuerzos organizativos erraran en sus metas y sufrirán las consecuencias.

El objetivo principal de toda actividad empresarial es la captación de los clientes, puestos que ellos son la fuente principal y de ellos depende la existencia de las empresas o dicho de otro modo ellos son la razón de ser de toda las organizaciones.

De este modo, una de los primeros puntos que debe de cumplir cualquier organización es segmentar e identificar a sus clientes según los productos y las necesidades que demanden a los servicios a los que accedan. Es por ello que es imprescindible conocer cuáles son sus necesidades y expectativas para que de esta

manera poder satisfacerlos.

La atención al cliente abarca todas las actividades de las empresas que gestionan de una forma adecuada la relación con los clientes. Por lo tanto sea cual sea el tipo de empresa, la atención al cliente debe ser muy importante y debe de cumplir con dos objetivos fundamentales:

- Relación directa con sus clientes y el análisis de su comportamiento para detectar los puntos que precisan mejoras.
- Atención de las reclamaciones de los clientes y la búsqueda inmediata de soluciones y una adecuada compensación por los inconvenientes e incumplimientos en su caso.

Carrasco (2013) toda empresa tiene que brindar una buena atención a los clientes y sobre todo debe de trasladar la totalidad de sus productos y servicios brindados hacia los mismos, para que de esta manera los clientes resulten totalmente satisfechos con las presentaciones de sus productos y servicios recibidos.

### **Protagonistas de la atención al cliente**

Torres (2014) manifiesta que si una organización trabaja estableciendo los lineamientos de una gestión de calidad en el servicio en forma adecuada, se entenderá que el cliente es el principal protagonista de este proceso “Particularmente en este caso, la organización tiene como objetivo principal eliminar, de forma permanente todos aquellos problemas, errores o equivocaciones que pueda generar la insatisfacción o incomodidad del cliente. Lo más importante es satisfacer sus necesidades e incluso exceder sus expectativas”.

Necesariamente los responsables a resolver los problemas en una institución son los directivos o empleados y estos se añadirían proveedores y principalmente los propios clientes que tendrán la misión de hacer una retroalimentación necesaria.

También encontramos algunos factores en la organización que son las piezas fundamentales para el cumplimiento de los objetivos de calidad dirigidos hacia el cliente, como es el caso de las políticas de marketing y servicios, de recursos humanos, infraestructura de la empresa e imagen corporativa.

### **Principios de la atención al cliente**

Torres (2010) manifiesta que la calidad en la atención al cliente es una herramienta fundamental y estratégica que va a permitir ofrecer un valor añadido a los clientes.

Como principio en cuanto a la atención de los clientes esto establece que el cliente valora de una u otra manera la calidad que recibe en su atención. Algunas sugerencias o consejos son necesaria para la mejora. Toda acción de una prestación de servicio necesariamente tiene que estar dirigida a lograr satisfacción en el cliente. Esta acción debe de garantizar una buena atención, calidad, tiempo y precio. Las exigencias y expectativas del cliente orientan a la empresa establecer estrategias con respecto a la producción de bienes y servicios.

Cualquier diseño de servicio que se realice debe de estar orientada a satisfacer plenamente las necesidades del cliente o usuario, además garantizar una competitividad en un mercado competitivo y que se pueda mantener en este para tener éxito empresarial. Las empresas deben reducir algunas brechas entre la realidad de su oferta (productos o servicios) y las necesidades y preferencias del cliente. El

servicio que se le brinda no a un cliente indistinto si no a una persona o grupo específico y como tal debe de tratarse de la mejor forma posible. Esto permitirá una atención personalizada en la atención a los clientes que deben sentirse especiales. Establecer una política de atención al cliente tiene que ir acompañada necesariamente de una política de calidad.

El cliente tiene derecho a conocer que puede esperar del servicio brindado por la empresa. La calidad en la atención al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas de la empresa. Así cada empresa desarrolla su propia estrategia de calidad de servicios teniendo en cuenta el sector en el que opera y el tipo de negocio que desarrolla. (Torres Pérez, 2010).

### **Elementos de la atención al cliente**

Tarodo (2014) los elementos de la atención al cliente son:

▪ **Entorno:** Es todo aquello que está integrado por todo los elementos físicos y elementos accesorios para su puesta en funcionamiento. La apreciación y opinión que deben tener los clientes es muy importante si se quiere que la organización tengan una buena imagen y sensación de que es posible que el entorno le es aceptable. Por ejemplo: Un edificio sería un elemento físico y su ambiente sería un elemento accesorio.

▪ **Organización:** Es todo aquello que está conformado por todo los recursos que necesita una organización (humanos, físicos, informáticos, materiales, etc.) que se utiliza para desarrollar 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:** es toda aquella persona que forma parte de una organización 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.

### **Fases de la Atención al Cliente**

**Tarodo (2014)** las fases de la atención al cliente son:

**1. Acogida:** Es la recepción al cliente en la empresa. Para ellos, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La empresa debe tener una imagen fundamental para que el cliente perciba una imagen importante.
- Tratar al cliente debe ser lo más adecuado, ello implica que debemos ser correctos, simpáticos, amables, etc.
- Necesariamente el cliente tiene que sentirse como en casa hasta que termine el proceso de atención. Por lo tanto la empresa debe informar previamente los aspectos a los colaboradores de cómo deben hacerle sentir al cliente en sus diferentes formas. El cliente debe tener un servicio personalizado o tener un trato que determine la manera según sea el tipo de cliente.

**2. Seguimiento:** Este proceso consiste en hacer un desarrollo de ver cómo debe haber sido atendido el cliente durante el proceso de atención.

Para ello hay que tener en cuenta algunos aspectos:

- Cuando el cliente está esperando lo que se tiene que hacer es determinar quién lo va atender en primer término, cuánto tiempo tiene que esperar y la razón por la que debe esperar.

- Si la espera es larga, al cliente tiene que hacerle saber en qué momento se le va a atender y explicarle las razones porque de la espera.

**3. Gestión:** es la actividad de atención a las necesidades que tiene el cliente. Más que un encuentro que se tiene en un lugar es la forma de hacerles sentir bien. Para atender las necesidades del cliente la persona encargada de la atención debe gestionar y resolver las dudas que en ese momento tenga el cliente.

**4. Despedida:** Al terminar el proceso de compra y por ende la conversación con el cliente, la persona que ofrece los servicios deberá despedirse de ella en forma correcta. Para ello es importante que al retirarse el cliente debe ser con la satisfacción de haber encontrado algo importante para él.

### **Importancia de la Calidad en el servicio**

Méndez (2013) menciona que una de las principales formas para que la organización se pueda distinguir, consiste en ofrecer calidad en el servicio, en forma consistente, la cual dará una fuerte ventaja competitiva, que conduce a un mejor desempeño en la productividad y en las utilidades de la organización. Las empresas han tratado de asegurarse que los clientes puedan recibir un servicio adecuado y que sea de calidad pero por desgracia la calidad de servicios es más complicado de definir y poder juzgar en comparación a la calidad de los productos.

Por esta razón es importante que es que presta servicios identifique las expectativas, defina y comunique con claridad cuáles son las necesidades de los

clientes ya que un colaborador está en contacto directo con las personas que van a adquirir un producto o servicio.

Sin embargo hay errores que no se pueden evitar, porque toda empresa utiliza personas que piensan, hablan y actúan y con factores externos que le es imposible o tienen pocas posibilidades de mejorarlas, por ejemplo manifestaciones, accidentes, el proveedor no llega a tiempo con el material, etc.; la mayoría de estos accidentes ocurren en presencia de los clientes, dando por resultado que su servicio se demore más de la cuenta.

Como se observa, la calidad en el servicio juega un papel muy importante dentro de la empresa, porque no solo se juega la venta hecha, sino que la imagen y la confianza que deposita ese cliente en el servicio; por consiguiente, un cliente insatisfecho representa una pérdida para la empresa tanto en utilidad como en imagen, y si pasa lo contrario, se obtiene un cliente satisfecho y leal al servicio, además de una publicidad gratis por sus recomendaciones y mayores ingresos en la empresa.

### **Los trabajadores y la atención al cliente**

Torres (2012) toda organización se encuentra centrada en una adecuada gestión hacia el cliente, este es el pilar del negocio, ya que al final va a determinar qué servicios se le brindara para satisfacer sus necesidades.

Necesariamente todo directivo de las organizaciones deben estimular y ayudar a sus empleados para que se mantenga una atención enfocada en las necesidades del cliente, para poder lograr un buen nivel de sensibilidad, atención y voluntad de ayudar, en la cual infundan a los clientes un deseo de satisfacción y puedan regresar en algún momento a la empresa.

## **Marco conceptual**

**Las micro y pequeñas.-** las micro y pequeñas empresa son una unidad económica en la cual si bien puede estar constituida por una persona jurídica o natural, por ello contamos con las empresa que realizan sus aportes tributaria en la cual se podrá clasificar en que marco se encuentra.

**Gestión de Calidad.-** La gestión de calidad es un proceso de mayor importancia que ayuda a las organizaciones para que pueda realizar productos de calidad, es decir que se encarga en llevar a cabo un método adecuado mejorar sus productos o servicios, por lo tanto la gestión de calidad se encargará a satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes y para que de esta manera pueda crecer económicamente.

**Atención al cliente.-** también se conoce como servicio al cliente, es donde la empresa va a tener un tipo de relación que sea la mejor con los clientes. Aquí la empresa tendrá que proponer y hacer conocer sus bondades a través de sus colaboradores y así poder mantener y poder gestionar nuevos clientes con el sentido de engrandecer la actividad empresarial. La atención al cliente es una técnica donde se va a demostrar la calidez y bondad hacia el público usuario.

**Gestión de calidad en atención al cliente.-** Indudablemente que establecer una buena gestión de calidad en atención al cliente es hacer prevalecer la importancia que debe tener para captar clientes y atenderlos adecuadamente en el proceso de ventas, el cliente es la razón de ser de la empresa por lo tanto debe tener un trato significativo de parte de los colaboradores y así ir creciendo como empresa y como imagen de marca.

**Restaurantes.-** Es un establecimiento comercial público por donde se paga por la comida y por los servicios brindados, para ser consumidas en el mismo lugar o para llevar. El restaurante se conforma de dos espacios, uno es el salón donde se van a ubicar los comensales y el otro es la cocina donde se van a preparar los platos que van a ser despachados por los empleados.

### **III. Hipótesis**

En esta investigación sobre Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. En la muestra que se realizó no se plantea hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva.

## **IV. Metodología**

### **4.1. Diseño de investigación**

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

No experimental, porque la investigación se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente, se observó el fenómeno tal como se funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de distrito de Sayán sin modificación alguna.

Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado tiempo, donde se tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2019.

Descriptivo, porque solo se describió las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas, y de la variable Gestión de calidad en atención al cliente.

### **4.2. Población y muestra**

- **Universo**

La población en estudio está conformada por las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Sayán.

Las fuentes a las que se acudió para dicha información fue la Municipalidad Distrital de Sayán. Producto de la consulta, se estableció que son 30 restaurantes ubicados en dicho distrito.

- **Muestra**

Para la realización de la investigación y por la facilidad de acceso que tienen las micro y pequeñas empresas de restaurantes, se tomó la decisión de tomar como muestra al 100% de la población (30 mypes).

### 4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Escala de Medición
<b>Gestión de Calidad en Atención al cliente</b>	<b>Gestión de Calidad:</b> Es una filosofía adoptada por las empresas que pretenden lograr que todas las personas que la conforman conozcan y entiendan bien su trabajo para alcanzar los objetivos de la empresa; persiguiendo mejoras continuas en sus procesos diarios.	Logro	Individual Empresarial	Nominal
		Clima Organizacional	Alta productividad Imagen Calidad de vida	Nominal
		Técnica	Mejora continua Marketing Plan Estratégico Otros	Nominal
		Motivación	Crecimiento Monetario Poder	Nominal
		Competitividad	Planificación Precio Atención al cliente Calidad	Nominal
	<b>Atención al Cliente:</b> Es el conjunto de actividades relacionadas entre sí, desarrolladas con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas.	Calidad	Limpieza Tiempo de espera Amabilidad Platos de calidad	Nominal
		Personal	Con experiencia Con conocimientos Con habilidades	Nominal
		Atención	Estandarizada Preferencial	Nominal
		Desempeño	Observación Evaluación	Nominal
		Rendimiento	Aumento de ventas Fidelización de los clientes Posicionamiento	Nominal

#### **4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos**

Para la recolección de datos se utilizó: Técnica: la encuesta y de Instrumento: el cuestionario

La encuesta, se aplicó a los 2 representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Sayán, provincia de Huaura Esta técnica ayudó a obtener toda la información y luego se pudo realizar las figuras correspondientes.

El cuestionario, se utilizó para poder obtener datos de la Micro y Pequeña Empresas del Sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Sayán, provincia de Huaura; la cual estuvo conformada por 14 preguntas, esto se aplicó a cada uno de los representantes de los restaurantes, con el fin de poder obtener mayor información acerca de su empresas.

#### **4.5. Plan de análisis**

Para el plan de análisis que se utilizó para poder llevar a cabo esta investigación de las micro y pequeñas empresa del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Sayán, provincia de Huaura año 2019, se aplicó un cuestionario a cada uno de los representantes. Al ver obtenido la información de los datos recolectados de la investigación, se utilizó el uso del análisis descriptivo de las variables, en la cual se elaboró tablas y/o figuras estadísticas.

Los datos recolectados en la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo. Asimismo, para la tabulación se utilizó el programa IBM SPSS STATISTICS versión 22 exclusivo para estadística e investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente y la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura, año 2019?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> - Describir las principales características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. - Describir las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán,</p>	<p>Gestión de calidad en atención al cliente</p>	<p><b>Universo</b> La población en estudio está conformada por las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del distrito de Sayán. Las fuentes a las que se acudió para dicha información fue la Municipalidad Distrital de Sayán. Producto de la consulta, se estableció que son 30 restaurantes ubicados en dicho distrito.</p> <p><b>Muestra</b> Para la realización de la investigación y por la facilidad de acceso que tienen las micro y</p>	<p>Para la elaboración del siguiente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo. No experimental, porque la investigación se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente, se observó el fenómeno tal como se funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de distrito de Sayán sin modificación alguna. Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado tiempo, donde se tuvo un inicio y un fin</p>	<p>Para la recolección de datos se utilizó: Técnica: la encuesta y de Instrumento: el cuestionario</p>

	<p>Provincia de Huaura año 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Describir las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.</li> <li>- Elaborar un plan de mejora a los resultados para la aplicación de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.</li> </ul>		<p>pequeñas empresas de restaurantes, se tomó la decisión de tomar como muestra al 100% de la población (30 mypes).</p>	<p>específicamente el año 2019.</p> <p>Descriptivo, porque solo se describió las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas, y de la variable Gestión de calidad en atención al cliente.</p>	
--	--	--	---	---	--

#### **4.7. Principios éticos**

En la presente investigación se ha utilizado principios éticos los cuales son:

- **Confidencialidad:** porque la información obtenida de los representantes de las micro y pequeñas empresas de los restaurantes del distrito de Sayán.
- **Confiabilidad:** porque el trabajo realizado es confiable y por qué se ha captado la información real de los dueños de las micro y pequeñas empresas y los datos obtenidos han sido referenciados de artículos, páginas web.
- **Respeto a la persona:** por qué se respetó las opiniones de los representantes de las micro y pequeñas empresas de los restaurantes, para que no exista confrontación entre el investigador y representantes.
- **Veracidad:** Porque es veraz, la investigación realizada sobre los restaurantes es en su totalidad verdadera

## V. Resultados

### 5.1. Resultados

**Tabla 1.**

*Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.*

<b>Datos Generales</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad (años)</b>		
18-30	7	23.00
31-50	19	64.00
51 a más	4	13.00
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>
<b>Genero de los representantes</b>		
Masculino	23	77.00
Femenino	7	23.00
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>
<b>Grado de Instrucción</b>		
Primaria	3	10.00
Secundaria	7	23.00
Estudios técnicos	11	37.00
Estudios universitarios	9	30.00
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Sayán.

**Tabla 2.**

Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.

<b>De la Empresa</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Número de empleados</b>		
1 a 5	11	37.00
6 a 10	15	50.00
11 a mas	4	13.00
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>
<b>Situación legal de la empresa</b>		
Formal	22	73.00
Informal	8	27.00
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>
<b>Tiempo de permanencia de su empresa en el rubro</b>		
0 a 3 años	7	23.00
4 a 6 años	16	54.00
7 a mas	7	23.00
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

***Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Sayán.*

**Tabla 3.**

*Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.*

<b>Gestión de calidad en atención al cliente</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Gestión de calidad</b>		
Si	9	30.00
No	21	70.00
Total	30	100.00
<b>Uso de técnicas de gestión</b>		
Mejora continua	5	17.00
Marketing	11	37.00
Plan Estratégico	3	10.00
Ninguno	11	36.00
Total	30	100.00
<b>Prioridad para determinar la calidad de su empresa</b>		
Atención al cliente	10	33.00
Precios bajos	16	53.00
Calidad del producto	2	7.00
Ninguno	2	7.00
Total	30	100.00
<b>Prioridad para gestionar una atención de calidad al cliente</b>		
Amabilidad	10	33.00
Tiempo de espera	7	23.00
Potajes de calidad	11	37.00
Ninguno	2	7.00
Total	30	100.00

Continúa...

**Tabla 4.**

*Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.*

Concluye		
<b>Aspectos a considerar al contratar un personal ¿Que toma en cuenta?</b>		
Competitividad de la persona	10	33.00
Amistad	12	40.00
Oportunidad a familiares	8	27.00
Total	30	100.00
<b>Tiempo de capacitación que le brinda a sus colaboradores en atención al cliente</b>		
Cada 3 meses	2	7.00
Cada 6 meses	3	10.00
Anualmente	9	30.00
No capacita	16	53.00
Total	30	100.00
<b>A qué factores externos cambiantes se adecúa su negocio</b>		
Innovación del producto	4	13.00
Implementación de Estándares de calidad	2	7.00
Atención personalizada al cliente	7	23.00
No se adecua	17	57.00
Total	30	100.00
<b>De qué forma contribuye una atención de calidad a su empresa</b>		
Aumento de ventas	13	44.00
Fidelización de los clientes	9	30.00
Posicionamiento en el mercado	4	13.00
Ninguno	4	13.00
Total	30	100.00

*Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del Distrito de Sayán.*

**Tabla 5.**

Plan de mejora a los resultados para la aplicación de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.

<b>Problema Encontrado ( RESULTADOS )</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución- Aplicación de Mejora</b>	<b>Responsable</b>
<p>No aplican una Gestión de Calidad como herramienta de Gestión.</p> <p>El 70% de los encuestados no la aplican.</p>	<p>Desconocimiento de lo que significa la Gestión de Calidad en los Negocios.</p>	<p>Proponer la implementación y desarrollo de la técnica de Gestión de Calidad con propósitos de mejorar su productividad.</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>
<p>No se valora las técnicas de Gestión.</p> <p>El 37% no conoce ninguna técnica de gestión.</p>	<p>Desconocimiento de algunas técnicas de gestión en cuanto a su aplicación.</p>	<p>Capacitar a los gerentes sobre técnicas de Gestión como son: Mejora continua, Marketing, Plan Estratégico, etc.</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>
<p>Técnicas no aplicadas equilibradamente con beneficio a la calidad de la empresa.</p>	<p>No aplican técnicas diversificadas para mejorar la calidad de la empresa.</p>	<p>Poner en consideración técnicas apropiadas como atención al cliente, precios bajos, calidad del producto, etc.</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>
<p>Las empresas no valoran las capacitaciones hacia sus colaboradores.</p> <p>El 53% no capacita a sus colaboradores.</p>	<p>No atienden a las necesidades de sus colaboradores en cuanto a tener mayor conocimiento sobre su labor que desarrolla.</p>	<p>Considerar al proceso de capacitación como una herramienta importante, proponiendo planes con temas relacionados al rubro que desarrollan.</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>

## 5.2. Análisis de Resultados

**Tabla 1: Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.**

Con respecto a las edades se obtuvo lo siguiente: el 64% tienen una edad de entre 31 a 50 años, el 23% de entre 18 a 30 años y el 13% cuentan con una edad de 51 a más. Estos coinciden con los resultados expuesto por Gamarra (2017) donde manifiesta que el 55% de los representantes de las mypes tienen una edad entre 31 a 50 años.

En tanto al género se obtuvo los siguientes datos: el 77% de los encuestados son del sexo masculino y el 23% del sexo femenino. Estos coinciden con los resultados expuestos por Ríos (2015) donde manifiesta que el 65% de representantes son de sexo masculino, pero a la vez también estos resultados coinciden lo manifestado por Gamarra (2017) en donde el 67% de los empresarios respondieron que son de sexo masculino.

En cuanto al grado de Instrucción se obtuvo los siguientes resultados: el 37% cuentan con el grado de instrucción técnica, el 30% cuenta con estudios superiores, el 23% cuenta con estudios secundarios y el 10% con estudios primarios. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

**Tabla 2: Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.**

En cuanto al número de trabajadores con las que cuentan los restaurantes se obtuvo la siguiente información: El 50% de los micros y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores, el 37% tiene entre 1 a 5 trabajadores y el 13% cuenta con más de 11 trabajadores. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto a la situación legal de los restaurantes se obtuvo la siguiente información: el 73% de las mypes son formales y el 27% son informales, pero a la vez estos resultados coinciden por lo manifestado por Briones (2017) en donde el 80% de las Mypes se encuentran formalizadas.

En cuanto al tiempo de permanencia de sus empresas en el rubro se obtuvo la siguiente información: el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el rubro, el 23% de entre 0 a 3 años y el 23% tiene en el rubro de restaurante más de 7 años. Estos datos coinciden o se asemejan a lo dicho por Luna (2016) donde manifiesta que el 33.5% de los representantes encuestados manifiestan tener 3 años de actividad empresarial en el rubro.

**Tabla 3: Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.**

En cuanto a que si las micro y pequeñas empresas están aplicando una Gestión de Calidad se obtuvo la siguiente información: el 70% manifestó que no aplica una Gestión de Calidad y el 30% manifestó que si aplica una Gestión de Calidad. . Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto al uso de las técnicas de Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas, se obtuvo la siguiente información: el 37% manifiesta que no usa ninguna técnica de gestión, el 37% utilizan la técnica del Marketing, el 17% utilizan la mejora continua como técnica de gestión y el 10% utiliza el plan estratégico como técnica de gestión. . Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

Con respecto a las prioridades para determinar la calidad de su empresa, se obtuvo la siguiente información: el 53% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad los precios bajos, el 33% la atención a los clientes, el 7% la calidad del producto y el 7% manifiesta que ninguno le parece una prioridad. . Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto a la prioridad ante los clientes, se obtuvo la siguiente información: el 37% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad, el 33% prioriza la amabilidad, el 23% el tiempo de espera y el 7% no cuenta con ninguna prioridad hacia sus clientes. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto al momento de contratar al personal para su empresa, se obtuvo lo siguiente: el 40% de las micro y pequeñas empresas al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos, el 33% prefiere tomar en cuenta a la competitividad de las personas y el 27% prefiere dar oportunidad a sus familiares. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

Con respecto al tiempo de capacitación que brinda a sus colaboradores en atención al cliente, se obtuvo la siguiente información: el 53% de las micro y pequeñas empresas no capacitan a sus colaboradores en atención al cliente, el 30% capacita anualmente a su personal, el 10% capacita a su personal cada 6 meses y el 7% lo hace cada 3 meses. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto a que factores cambiantes se adecuan a su negocio, se obtuvo los siguientes resultados: el 57% de las micro y pequeñas empresas no se adecua a ningún factor externo cambiante, el 23% manifiestan que se adecuan a los factores externos cambiantes como es la atención personalizada a los clientes, el 13% a la innovación del producto y el 7% a la implementación de los estándares de calidad.

Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

En cuanto a la contribución de una buena atención de calidad, se obtuvo la siguiente información: el 44% manifestaron que una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio, el 30% creen que contribuye con la fidelización de los clientes, el 13% manifiesta que una atención de calidad contribuye a un mejor posicionamiento en el mercado y 13% manifiesta que una buena atención de calidad no contribuye en nada a su negocio. Estos resultados no coinciden con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

## VI. Conclusiones

En cuanto a las edades la mayoría de los empresarios que constituye un 64%, es decir están en una edad de 31 a 50 años, esto nos indica que las mayorías de las empresas están dirigidas por personas adultas y con experiencia en gestión del rubro. En cuanto al género se obtuvo que el 77% de los encuestados es el masculino el que predomina. Con relación al grado de Instrucción se obtuvo que el 37% tiene el grado de instrucción técnica, la cual indica que las personas que trabajan en ella son de instrucción media por lo tanto lo técnico prima en estos tipos de negocio.

Se concluye en cuanto al número de trabajadores con las que cuentan los restaurantes el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores, por lo que se considera que los restaurantes cuentan con una cantidad importante de colaboradores. En cuanto a la situación legal de los restaurantes se obtuvo que el 73% de las Mypes son formales, esto significa que las empresas están dispuestas a gestionar cumpliendo con los reglamentos y/o normas legales. Con relación al tiempo de permanencia de las empresas en el rubro se obtuvo que el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el mercado, lo cual se considera que los negocios están considerados como atractivos y competentes en el mercado.

En cuanto a que si las micro y pequeñas empresas están aplicando una Gestión de Calidad se obtuvo que el 70% no aplica una Gestión de Calidad, por lo que nos da a conocer que hay poco interés por parte de los gestores en aplicar una adecuada gestión de calidad. Con respecto al uso de las técnicas de Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas, se obtuvo que el 37% no usa ninguna técnica de gestión, esto indica que las empresas poco les interesa su aplicación y a veces por

desconocimiento no lo usan. Con respecto a las prioridades para determinar la calidad de su empresa, se obtuvo que el 53% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad los precios bajos, lo cual nos indica que para ellos es más importante el precio de oferta que otros indicadores que también son importantes como la atención al cliente y la calidad del producto. En relación a la prioridad ante los clientes se obtuvo que el 37% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad, esto indica que los potajes de calidad destaca ante los demás, lo cual demuestra que la gran parte de los empresarios prefieren más a enfocarse en brindar una buena calidad en sus potajes innovando con nuevos platos y que sean sofisticados. En cuanto al momento de contratar al personal para su empresa, se obtuvo que el 40% de las micro y pequeñas empresas al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos, sin considerar a las personas que puedan tener capacidad, aptitud y ganas de salir adelante por su forma de desarrollo. Con respecto al tiempo de capacitación que brinda a sus colaboradores en atención al cliente, se obtuvo que el 53% de las micro y pequeñas empresas no capacitan a sus colaboradores en atención al cliente, este indicador representa la preocupación del porque más de la mitad no capacita a sus colaboradores por tanto se tendrá que revertir para beneficio de la empresa. Con relación a que factores cambiantes se adecuan a su negocio, se obtuvo que el 57% de las micro y pequeñas empresas no se adecua a ningún factor externo cambiante. Estos resultados reflejan que los empresarios no toman interés en los factores externos cambiantes que pueden beneficiar a su negocio. En cuanto a la contribución de una buena atención de calidad, se obtuvo que el 43% cree que una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio, este resultado demuestra que los empresarios tienen en mente a una buena atención.

## **Aspectos Complementarios**

### **Recomendaciones**

Se recomienda a los representantes de las micro y pequeñas empresas, que deben de implementar herramientas de gestión de calidad, para que de esta manera puedan mejorar sus servicios hacia los clientes y como también puedan buscar la fidelización de los mismos. Esto conlleva a que tanto los representantes como sus colaboradores deben capacitarse continuamente sobre temas modernos para el bienestar de los negocios.

Se recomienda a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, que deben seguir manteniéndose en el mercado ofreciendo una variedad en sus productos, es decir ir innovando la presentación de sus potajes, así como también en cuanto a los trabajadores deben de tener claro sus funciones para que de esta manera pongan más empeño en ayudar a crecer el negocio y no confundan la amistad con el trabajo ya que la mayoría de los trabajadores son elegidos por amistad.

Se recomienda también en cuanto a los factores externos cambiantes, se deben de adecuar de una forma en que abarque tanto la innovación de los productos, la implementación de los estándares de calidad y la atención personalizada; ya que estos van de la mano para una mejora continua de su negocio y a futuro les va a poder brindar un posicionamiento en el mercado, una fidelización de los clientes y sobre todo un buena rentabilidad.

## Referencias

- 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.
- Escudero Serrano, María José (2017). *Comunicación y Atención al Cliente 2º Edición*. Madrid, España: Paraninfo S.A.
- Espinal Mantari, Rocio Elizabeth (2017). *Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Marketing, En Las Mypes Del Sector Comercial Boticas, Distrito de Satipo, Año 2017*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa, Perú.
- Espinoza, L (2017) *Gestión de calidad con el uso del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de ropa, galería señor de los Milagros de Huarmey, año 2016*. (Tesis de pregrado).Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- Gamarra, L (2017) *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.
- Gutiérrez Castañeda, Sara (2015). *La Capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Farmacias de Urbanización El Trapecio, Distrito de Chimbote, 2015*. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Hernández,(2015). “gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014.”(tesis pregrado).Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/.Uladech>.

- Jimeno, Pamela (30 de octubre 2016). Clientes incógnitos revelan mala atención en principales tiendas de malls. *La tercera*. Recuperado: <https://www.latercera.com/noticia/clientes-incognitos-revelan-mala-atencion-principales-tiendas-malls/>
- Lloréns Montes, Francisco Javier y Fuentes Fuentes, María del Mar. (2005). *Gestión de la Calidad Empresarial: Fundamentos e Implantación*. Madrid, España: Pirámide.
- Ley N° 28015, (2003). Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. Título I. Definición de la Micro y Pequeña Empresa. (pag.1). Recuperado:[http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY\\_28015.pdf](http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf) (22.10.17) 47.
- Ley N° 30056, (2013). Ley que modifica diversas Leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Título II. Capítulo I. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas. (pág. 5). Recuperado:[http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML\\_GRAL\\_INVERSION\\_LEY\\_30056/Ley%20N%2030056.pdf](http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf) (22.10.17).
- López de León, Miriam Consuelo (2014). *Evaluación del Servicio al Cliente en las Empresas Farmacéuticas de Coatepeque*. (Tesis de grado). Universidad Rafael Landívar, Coatepeque, El Salvador.
- Ochoa, Vanessa (08 de agosto del 2018). Un 67% de clientes se aleja de un servicio por mala atención. *Gestión*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918>
- Pérez Torres, Vanesa Carolina (2010). *Calidad Total en la Atención al Cliente, Pautas para garantizar la excelencia en el Servicio*, Madrid – España: Vigo.
- Weinberger, (2014) Concepto de Emprendedor. Recuperado el 04 de Abril del 2016 de,<http://emprendeup.pe/conceptos/que-es-ser-emprendedor/>.
- Rodríguez Bautista, Amelia Ruth (2016). Caracterización de la Gestión de Calidad bajo las Normas ISO 9001:2008, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta de Productos Farmacéuticos y Artículos de Tocador

(Boticas) del Distrito de Huaraz, 2015. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú

Villalba Barragán, Silvana Alejandra (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). Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.

## Anexos

### Anexo N° 01: Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Sociabilización del Silabo	x																
Matriz		x															
Población			x														
Determinación Muestra				x													
Operacionalización de variables					x												
Elaboración del cuestionario						x											
Recolección de información							x	x	x								
Tabulación y codificación de la información										x							
Elaboración de tablas y figuras											x						
Análisis de los resultados												x					
Conclusiones													x	x			
Presentación y aprobación de resultados																x	x

**Anexo N° 02: Población - Relación de micro y pequeñas empresas rubro Restaurantes.**

N°	RESTAURANTE	DIRECCION
1	"EL GORDO"	CALLE BALTA 530-SAYAN
2	"EL BUEN PALADAR"	CALLE BALTA S/N-SAYAN
3	"MAMA EMILIA"	CALLE BALTA N° 424-SAYAN
4	"MI TIERRA DE SAYAN"	CALLE BALTA 559-SAYAN
5	"EL RINCONCITO DEL SABOR"	CALLE BALTA 551-SAYAN
6	"ALEGRE"	CALLE BALTA 557-SAYAN
7	"MI VIEJO TONY"	PJE. BALTA S/N - SAYAN
8	REST-POLLERIA	CALLE BALTA N° 432-SAYAN
9	POLLERIA "EL LEÑADOR"	CALLE BALTA N° 541-SAYAN
10	"MI TIA LOLA"	CALLE BALTA N° 506-SAYAN
11	"EL ROCIO"	CALLE BALTA N° 506-SAYAN
12	POLLERIA "LAS VEGAS"	CALLE PUEBLO NUEVO 400-SAYAN
13	CEVICHERIA "VITE"	PLAZUELA FRANCISO ROSAS N° 105
14	CHIFA "EL GORDO"	CALLE PUEBLO NUEVO 412-SAYAN
15	ANTICUHERIA "LIBERTAD"	CALLE PUEBLO NUEVO 450-SAYAN
16	POLLERIA "CHAPRA"	CA. ´PUEBLO NUEVO 442-SAYAN
17	REST. "DE PACO"	PLAZA DE ARMAS S/N-SAYAN
18	REST. "SAMANEZ"	AV. GRAL. PRADO N° 113-SAYAN
19	CEVICHERIA "LA NEGRITA"	CA. NARANJO S/N-SAYAN
20	CEVICHERIA "MIRELLA"	AA.HH. EL CATALINO A-5-SAYAN
21	CEVICHERIA "LA SAZON DE LA NONA"	AV. TUPAC AMARU MZ B LT. 15-SAYAN
22	REST. "LAS DELICIAS"	AV. SANCHEZ CARRION S/N-SAYAN
23	REST. "LA ESQUINA DE CHACA"	AV. SANCHEZ CARRION S/N-SAYAN
24	REST. "MIGUELON"	AV. ALVAREZ DE ARENALES S/N-SAYAN
25	REST. "DE CLAROS"	AV. ALVAREZ DE ARENALES S/N-SAYAN
26	REST. INTY KAYPI	AV. SANCHEZ CARRION S/N-SAYAN
27	REST. "EL MANA"	AV. ALVAREZ DE ARENALES S/N-SAYAN
28	CHIFA "VARON"	AV. ALVAREZ DE ARENALES S/N-SAYAN
29	REST. CAMPESTRE "TIERRA DEL SOL"	SECTOR LA HOYADA-SAYAN
30	REST. "LEONELA"	AV. MALECON S/N-SAYAN

### Anexo N° 03: Presupuesto

<b>Recursos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Papel bond	1 Millar	S/.40.00	S/.40.00
Lapiceros	3 Unidades	S/.1.50	S/.4.50
Lápices	3 Unidades	S/.1.00	S/.3.00
USB	1 unidad	S/.40.00	S/.40.00
Pasajes	3	S/.150.00	S/.150.00
Costo del Taller	1	S/.3100.00	S/. 3100.00
Impression	1 millar	350.00	S/. 350.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 3,687.50</b>

## **Anexo N° 04: Cuestionario**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “Gestión de Calidad con el uso de Marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de abarrotes, Mercado Centenario del distrito de Huacho Provincia de Huaura, Región Lima 2018”. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione

**Marca con una (x) la respuesta que corresponde:**

### **I. Datos Generales**

#### **Del Representante de la Mypes**

##### **1. Edad de los representantes**

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

##### **2. Género**

- a) Masculino
- b) Femenino

**3. Grado de Instrucción de los representantes**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Estudios Tecnicos
- d) Estudios universitarios

**De la Mype**

**1. Número de empleados**

- a) 1 a 5
- b) 6 a 10
- c) 11 a más

**2. Situación legal**

- a) Formal
- b) Informal

**3. Tiempo de permanencia de la micro y pequeña empresa en el rubro**

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

**Variable Gestión de Calidad en atención al cliente**

**1. ¿Está aplicando una Gestión de calidad en su negocio?**

- a) Si
- b) No

2. ¿Qué técnicas modernas de gestión empresarial usa en su empresa?
  - a) Mejora continua
  - b) Marketing
  - c) Plan estratégico
  - d) Ninguno
  
3. ¿Cuál es su prioridad para determinar la calidad en su empresa?
  - a) Atención al cliente
  - b) Precios bajos
  - c) Calidad del producto
  - d) Ninguno
  
4. ¿Cuál es su prioridad ante sus clientes para gestionar una atención de calidad?
  - a) Amabilidad
  - b) Tiempo de espera
  - c) Potajes de calidad
  - d) Ninguno
  
5. Al momento de contratar al personal, ¿Qué toma en cuenta?
  - a) Competitividad de la persona
  - b) Amistad
  - c) Oportunidad a familiares
  
6. Cada que tiempo capacita a sus colaboradores en atención al cliente?
  - a) Cada 3 meses
  - b) Cada 6 meses
  - c) Anualmente

d) No capacita

**7.** ¿A qué factores externos cambiantes se adecúa su negocio?

a) Innovación del producto

b) Incrementación de Estándares de calidad

c) Atención personalizada para el cliente

d) No se adecua

**8.** ¿De qué forma contribuye una atención de calidad a su empresa?

a) Aumento de ventas

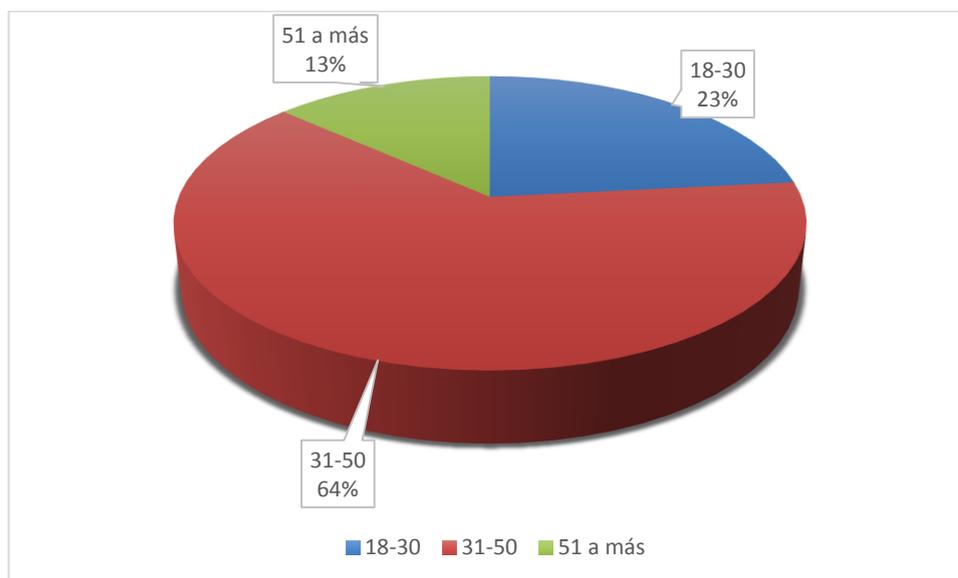
b) Fidelización de los clientes

c) Posicionamiento en el Mercado

d) Ninguno

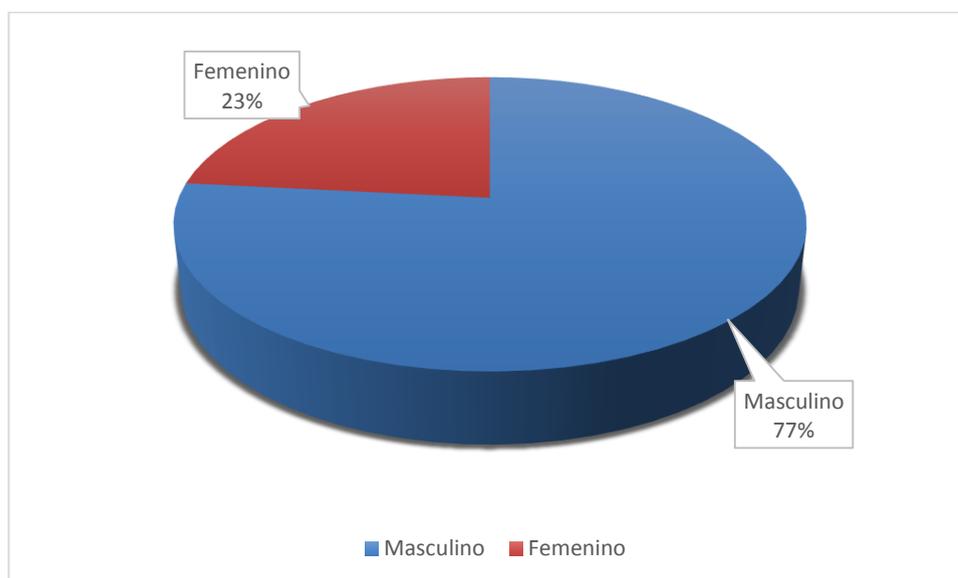
#### Anexo N° 04: Figuras

**Características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.**



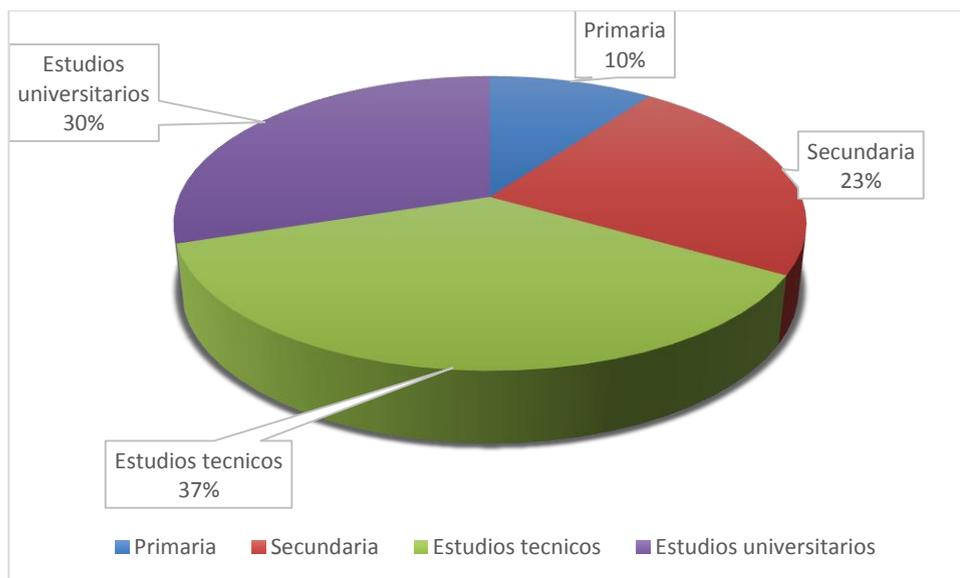
Figuras 1: Edad de los representantes.

*Fuente:* Tabla 1



Figuras 2: Género de los representantes

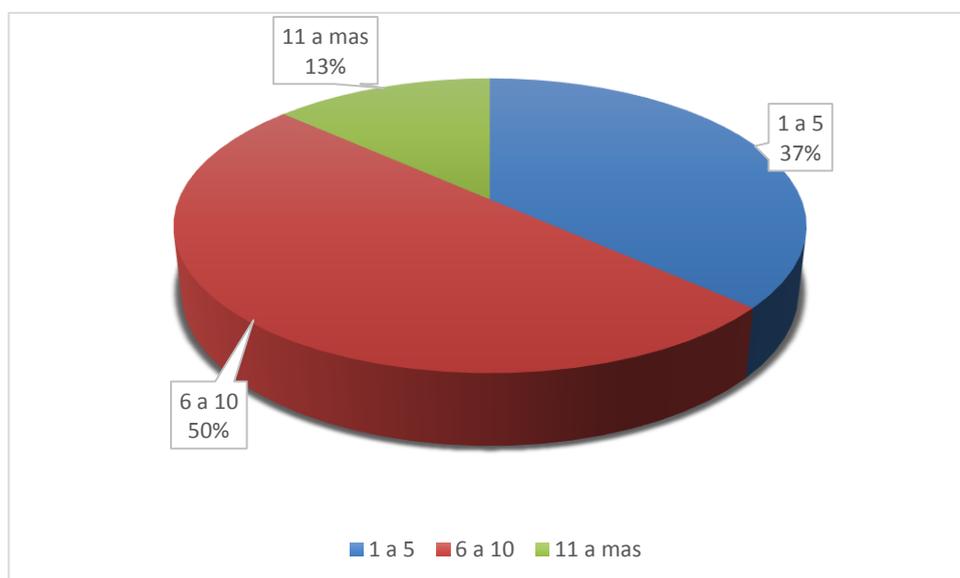
*Fuente:* Tabla 1



Figuras 3: Grado de instrucción de los representantes.

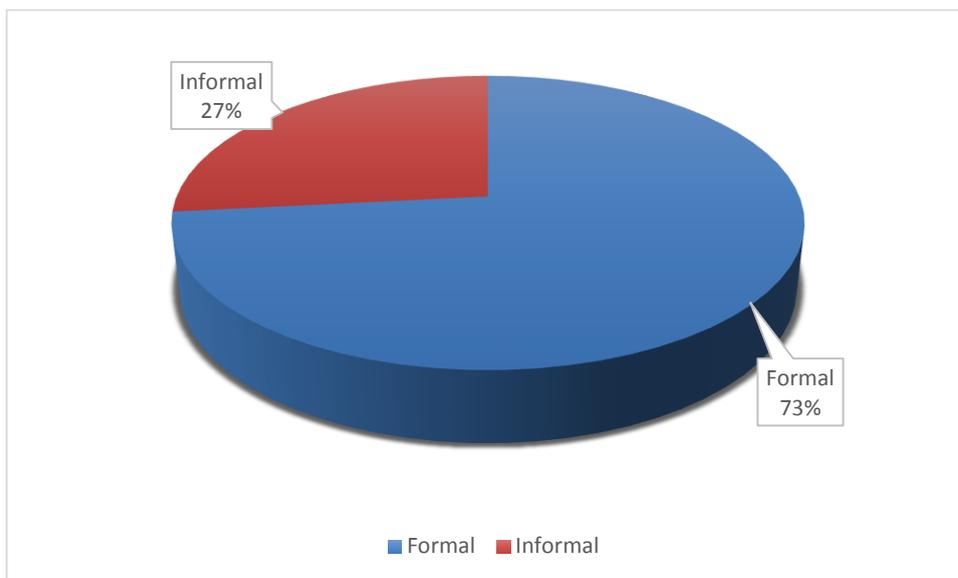
Fuente: Tabla 1

**Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.**



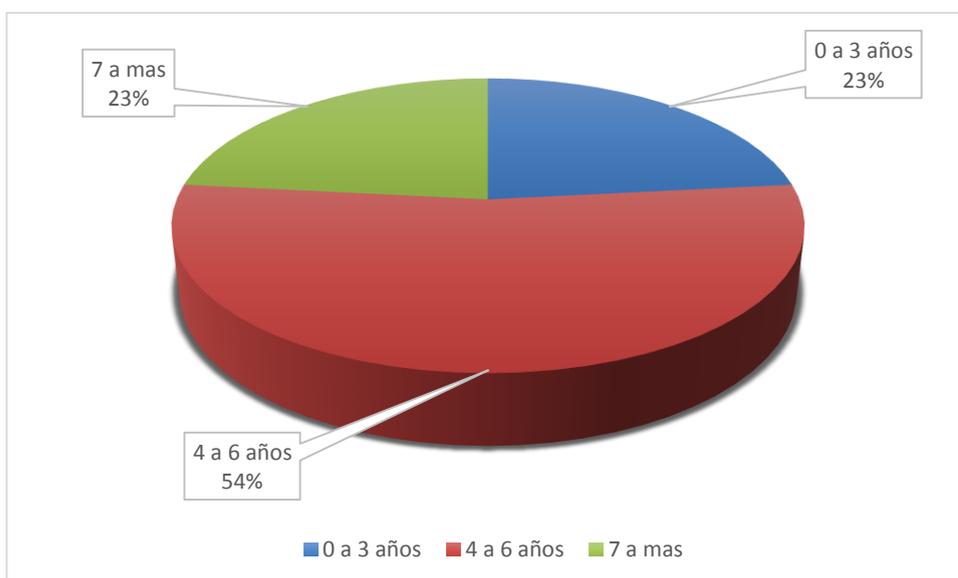
Figuras 4: Número de empleados con la que cuenta su empresa.

Fuente: Tabla 2



Figuras 5: Situación legal de la empresa.

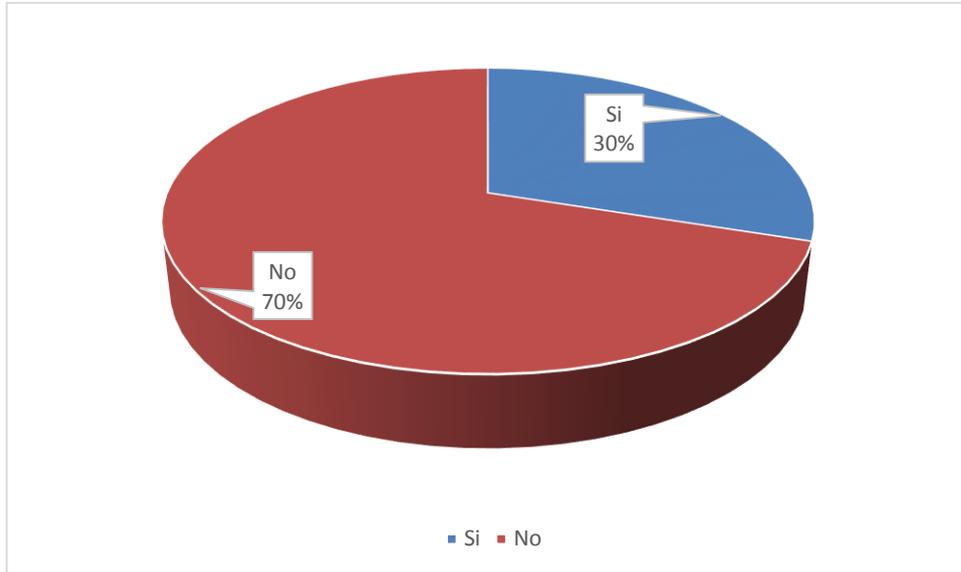
Fuente: Tabla 2



Figuras 6: Tiempo de permanencia de la micro y pequeña empresa en el rubro

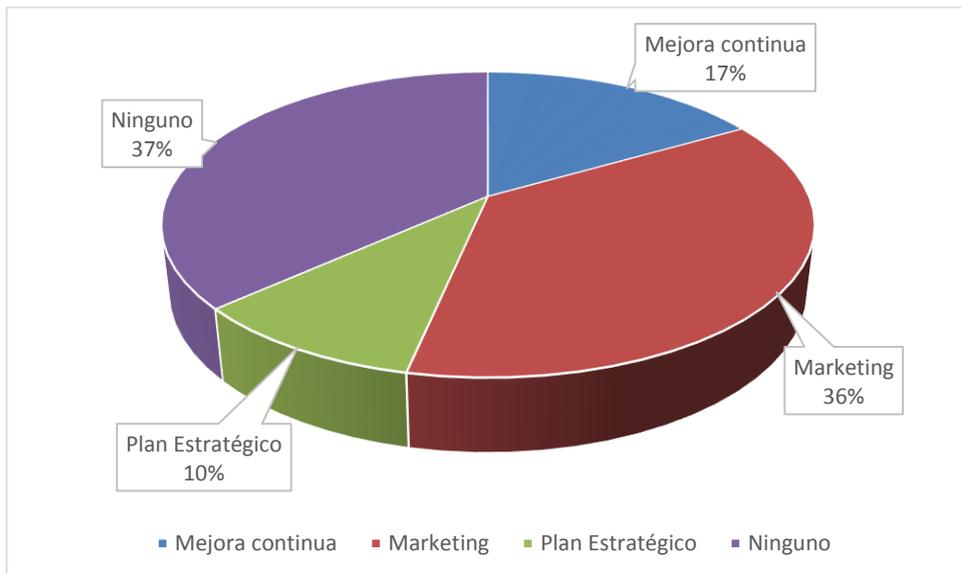
Fuente: Tabla 2

**Características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019.**



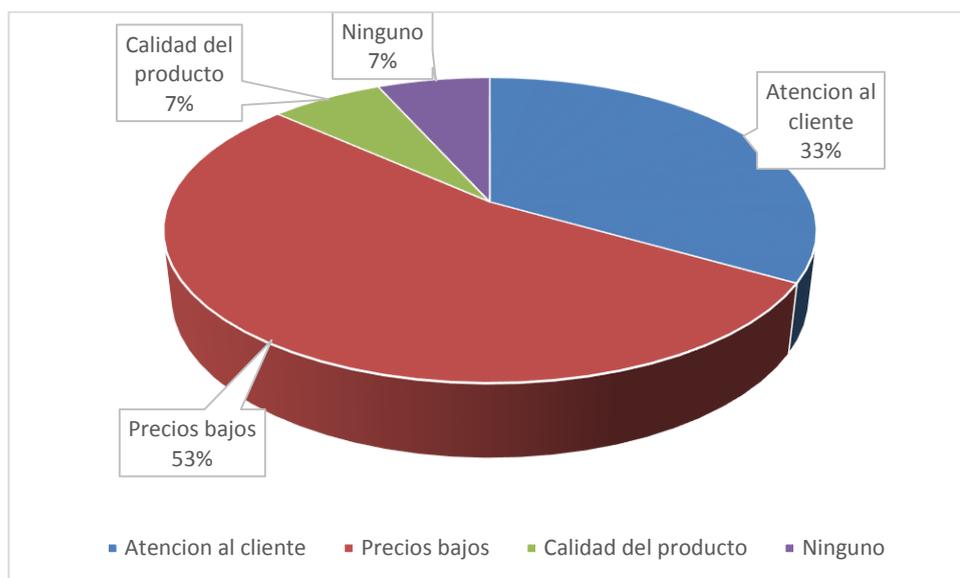
Figuras 7: Está aplicando una Gestión de calidad en su negocio.

Fuente: Tabla 3



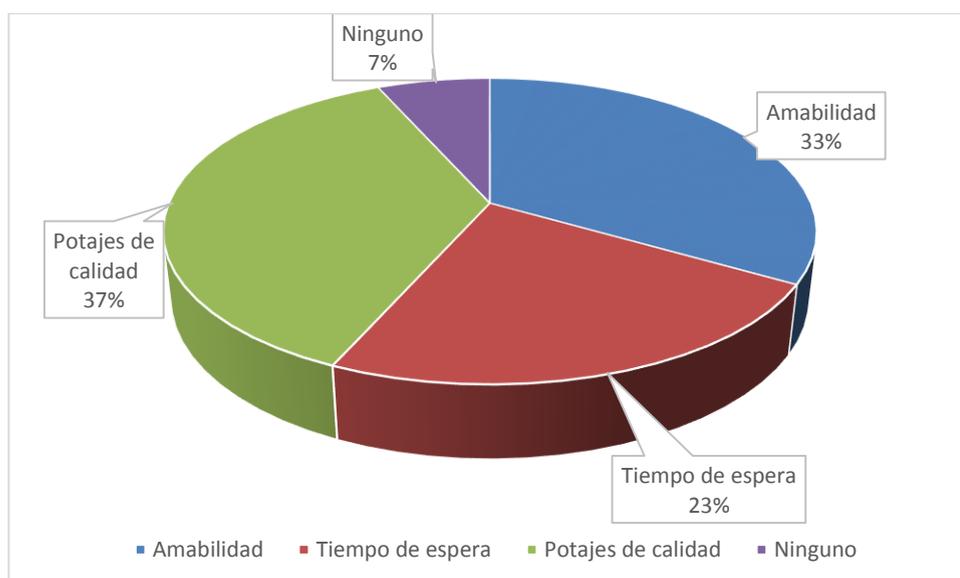
Figuras 8: Qué técnicas modernas de gestión empresarial usa en su empresa.

Fuente: Tabla 3



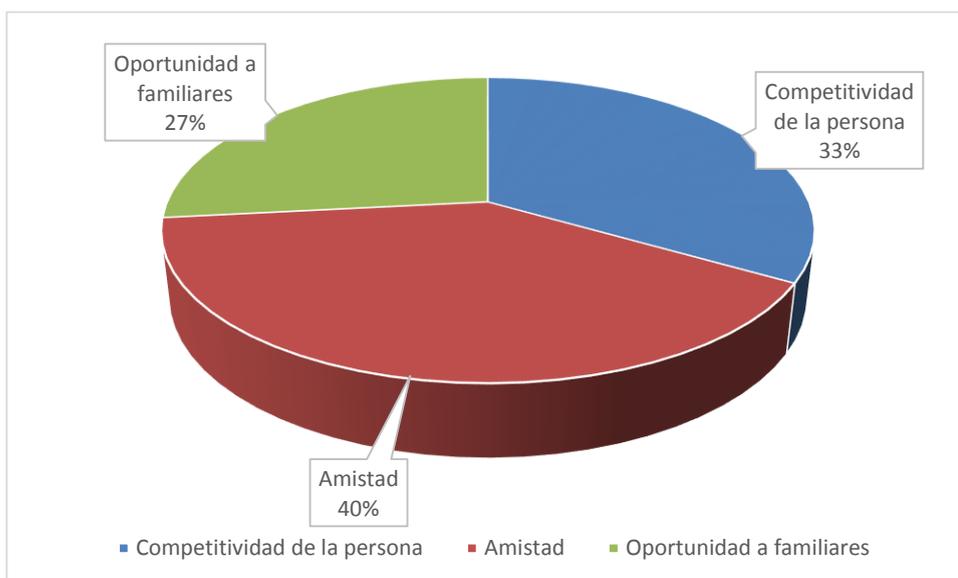
Figuras 9: Cuál es su prioridad para determinar la calidad en su empresa

Fuente: Tabla 3



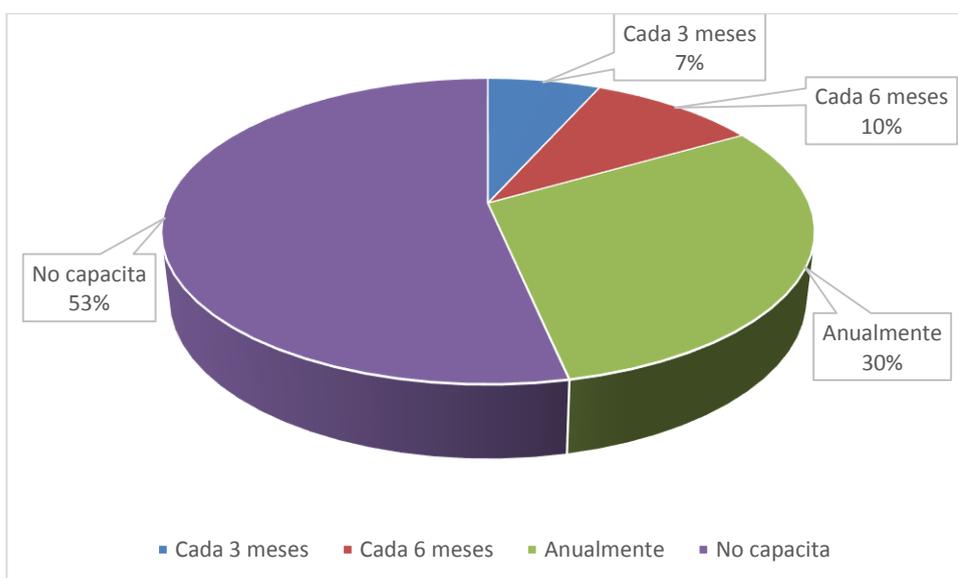
Figuras 10: Cuál es su prioridad ante sus clientes para gestionar una atención de calidad.

Fuente: Tabla 3



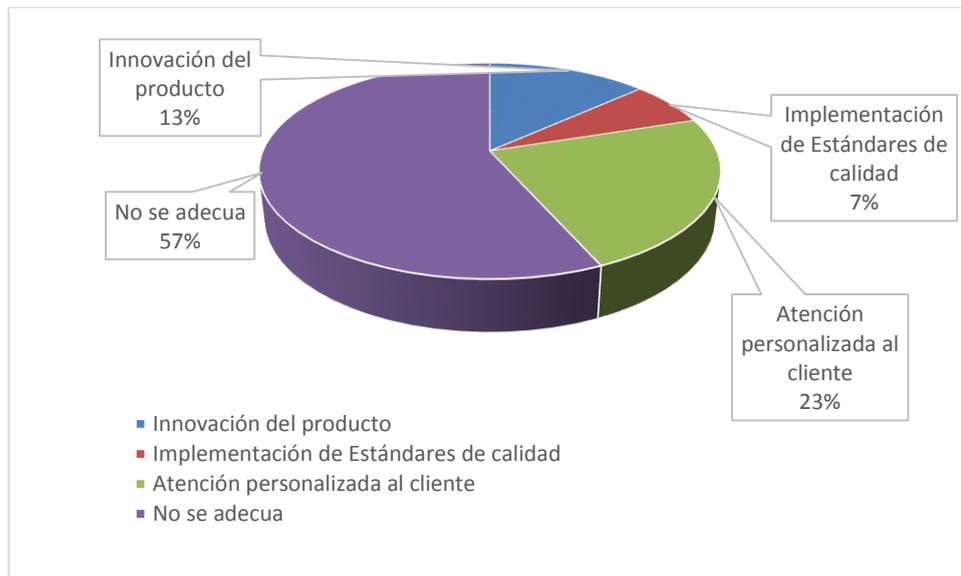
Figuras 11: Al momento de contratar al personal, ¿Qué toma en cuenta?

Fuente: Tabla 3



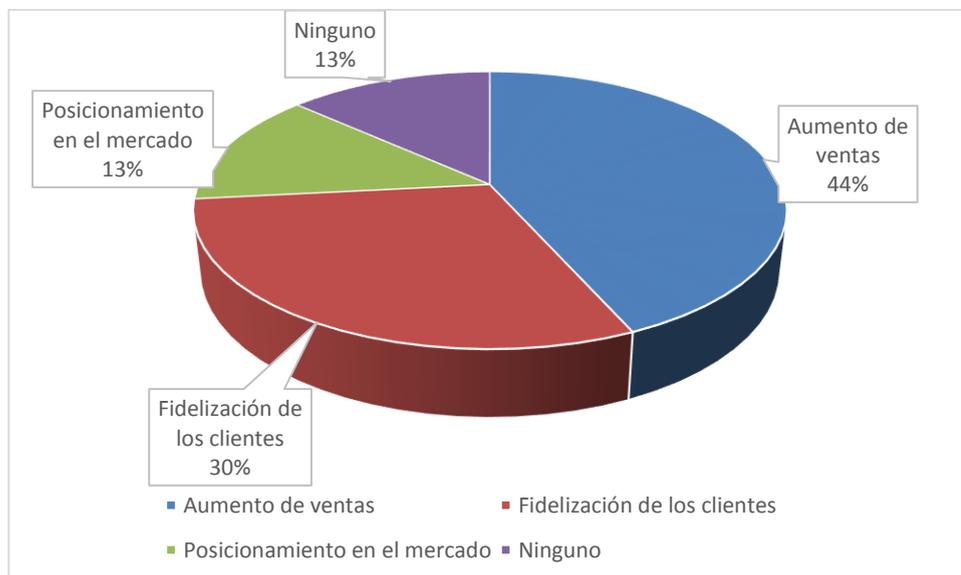
Figuras 12: Cada que tiempo capacita a sus colaboradores en atención al cliente.

Fuente: Tabla 3



Figuras 13: A qué factores externos cambiantes se adecúa su negocio

Fuente: Tabla 3



Figuras 14: De qué forma contribuye una atención de calidad a su empresa

Fuente: Tabla 3