



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

LA GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN  
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO COMIDA  
RÁPIDA DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE DE LA  
PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2017

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

**AUTOR:**

ASENCIO MARTINEZ, ANTONY BRYAN

**ASESOR:**

MGTR. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

**CHIMBOTE - PERÚ**

**2019**

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

**Presidente**

Mgr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

**Miembro**

Mgr. Cerna Izaguirre, Julio César

**Miembro**

Mgr. Estrada Diaz, Elida Adelia

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Por su amor y tu bondad estoy muy agradecido principalmente con Dios, por darme la vida y estar cuidando, apoyándome y permitido mejorar con todas las oportunidades que me ofrece y poder llegar hasta esta formación profesional de mi vida.

También estoy muy agradecido con mis padres quienes son mi apoyo para lograr mis sueños, gracias por creer en mi y darme la motivación necesaria y consejo para poder seguir adelante y estudiar con todos mis esfuerzos y poder llegar hasta mi meta. También estoy agradecido con mi novia que fue mi motivación y apoyo en todo momento para poder lograr mi meta.

También quiero agradecer mi docente: Estrada Diaz Elida, Por lo nuevos detalle y aclaración de cualquier duda que tuvo el proyecto. También quiero mencionar al profesor: Rebaza Alfaro Carlos enaldo por sus consejos y aclaración durante toda la investigación y el desarrollo de este informe de investigación.

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a las personas que mas quiero en este mundo, a mi familia por estar ahí siempre conmigo, creyendo que puedo cumplir mis sueños y apoyandome en todo momento. Les debo todo a mis padres que son la motivación principal de querer avanzar tanto mas profesionalmente , y hacer que se sientas orgullo de mi, y llegado el momento de optar mi grado de bachiller , les dedico con todo mi corazon son los mejores padres que pudo darme Dios en esta vida.

Dedico este proyecto a mis hermanos y hermanas que tanto me aconsejaron , apoyaron y animaron a seguir adelante , y crecer en todas las oportunidades que se me presento , a pesar de todas cosas siempre estan ahí conmigo . tambien quiero mencionar a mis sobrinos que son una motivacion para mi y ser un gran profesional tanto por ellos como por mi.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, año 2017. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 15 micro y pequeñas empresas a quienes se aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 60% de los encuestados tienen una edad de entre 18 a 30 años, y el 67% de los encuestados son del género femenino, también el 53.4 % de los encuestados tiene un grado de instrucción superior universitario. Asimismo, el 60% de los encuestados tiene un cargo que desempeña como administrador, además el 73.4% de los encuestados indicaron que tiene de 0 a 3 años desempeñando en el cargo de la empresa. Y el 66.6% de los encuestados indican que cuentan con un número de 1 a 5 colaboradores. El 66.80% de los encuestados utiliza las técnicas modernas de la gestión de calidad de atención al cliente. El 73.40% de los encuestados considera que brindan una buena atención. La investigación concluye que la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente tiene problemas para implementarlo porque tienen un aprendizaje lento.

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

## **ABSTRACT**

The general objective of this research was to: Determine the characteristics of quality management in customer service of micro and small enterprises in the service sector - fast food sector of the new chimbote district of santa province, 2017. The research was of a non - experimental - transversal design, for the collection of the information a sample population of 15 micro and small companies was used to which a questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 60% of respondents are between 18 and 30 years old, and 67% of respondents are female, 53.4% of respondents have a higher university education degree, and 60% of those surveyed Respondents have a position as administrator, and 73.4% of respondents indicated that they have from 0 to 3 years in the position of the company. And 66.6% of respondents indicate that they have a number of 1 to 5 employees. 66.80% of respondents use modern techniques of customer service quality management. 73.40% of respondents consider that they provide good care. The research concludes that quality management under the focus on customer service have problems to implement it because they have a slow learning.

**Keywords:** Customer service, Quality management, Micro and small businesses

## CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Hoja de firma del jurado y asesor.....	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iii
4. Resumen y abstract.....	v
5. Contenido.....	vii
6. Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	viii
<b>I.INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. REVISION DE LA LITERATURA.....</b>	<b>6</b>
<b>III.HIPOTESIS.....</b>	<b>33</b>
<b>IV. METODOLOGÍA.....</b>	<b>34</b>
4.1 Diseño de la investigación .....	34
4.2 Población y muestra .....	34
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	35
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	38
4.5 Plan de análisis .....	38
4.6 Matriz de consistencia.....	38
4.7 Principios éticos.....	40
<b>V. RESULTADOS.....</b>	<b>41</b>
5.1. Resultados.....	41
5.2. Análisis de resultados .....	47
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>55</b>
Aspectos complementarios.....	55
Referencia bibliográfica .....	57
Anexos .....	63

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### Tabla

Tabla 1. Característica de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.....	72
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.....	74
Tabla 3. Características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.....	75

### Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad .....	72
Figura 2. Genero.....	72
Figura 3. Grado de instrucción.....	73
Figura 4. Cargo desempeña en la empresa.....	73
Figura 5. Tiempo desempeña en el cargo.....	73
Figura 6. Tiempo de permanencia tiene la empresa en el rubro.....	74
Figura 7. Número de trabajadores tiene en su empresa.....	74
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa.....	74
Figura 9. Objetivo de creación.....	75
Figura 10. Termino gestión de calidad.....	75
Figura 11. Técnica moderna de la gestión conoce.....	75
Figura 12. Dificultades del personal por la implementación de la Gestión calidad...	76
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce.....	76
Figura 14. La Gestión de la calidad contribuye a mejorar el negocio.....	77
Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas.....	77
Figura 16. El termino atención al cliente.....	77
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio a sus clientes.....	78



Figura 18. La atención al cliente es fundamental .....	78
Figura 19. Herramientas utiliza para un servicio de calidad.....	79
Figura 20. Factor brinda para dar un servicio de calidad.....	79
Figura 21. Atención que brinda a los clientes.....	79
Figura 22. Considera usted está dando una mala atención al cliente.....	79
Figura 23. Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente.....	80

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las micro y pequeñas empresas ayudan a promover el desarrollo de la economía. Por ello, cada vez se están creando más en el país, ya que son la fuente principal en el incremento del empleo y a su vez beneficia a tener una vida digna a las familias. Según el portal [comexperu.org](http://comexperu.org) nos menciona que el dinamismo de la economía ha aumentado por las grandes existencias de las mypes en el Perú. Según datos del INEI, las mypes representan el 95,8% del total de empresas a nivel nacional, adicionalmente éstas mypes se ubican, un 90.7% en las áreas urbanas del país ([comexperu.org](http://comexperu.org), 2017).

Sin embargo, las micro y pequeñas empresas a pesar de tener un impacto positivo en la economía y seguir creando más empleo en el nuestro país, se ha ido detectando minuciosamente como se va comportando en los anteriores hasta el 2017. Según el portal [Comexperu.org](http://Comexperu.org) nos menciona que el comportamiento de las mypes en el Perú en el año 2017 con el año 2016 no son muy alentadoras, ya que tuvieron una menor eficiencia y como resultado obtuvieron una venta menor. Asimismo, en el año 2017 con el año 2016, hubo un incremento del 3.8% en la creación de nuevas micro y pequeñas empresas, por lo que provocó una decreciente tendencia en el porcentaje de la importancia de las mypes en el PBI ([comexperu.org](http://comexperu.org), 2017).

Por ello, uno de los principales factores que influyó en las ventas bajas de las mypes, fue la gestión de calidad en atención al cliente, ya que día a día los clientes son más exigentes y se basan en parámetros de calidad para tomar una decisión de compra. La gestión de calidad en atención al cliente es un tema donde fallan muchos las micro y pequeñas empresas en el Perú, por su gestión administrativa que está limitando su capacidad en la fidelización del cliente. Sin embargo, estos problemas no es solo a nivel nacional sino también a nivel internacional como en el país de Japón que consiguieron un gran desarrollo en la industria japonesa y que produjeron grandes transformaciones en las empresas y lideraban los mercados mundiales en el siglo XX, y su concentración en esa época sólo se basó en lo interno de la organización, pero posteriormente, comenzaron a darse cuenta que su enfoque en lo interno no era el adecuado ya que el cliente estaba fuera de la organización, y desde ese momento las empresas comenzaron adaptarse a las necesidades del cliente y estructuras de la

organización , y empezaron aplicar los sistemas de gestión de calidad en las empresas del sector servicio. (Diputación de Alicante, 2017).

En china, siendo actualmente el líder en empresas certificadas con ISO 9001, se ha notado que las empresas lo reconocen por el bajo costo de su servicio por lo que optaron una campaña “hecho en china 2025”, sin embargo, muchas de las empresas restantes no cuentan con una gestión de calidad certificada, que ayudaría a aumentar sus ventas, aumento de confianza, y promover la calidad en los productos. El control y gestión de calidad son las principales importancias de las empresas de china. (Latin Department, 2017).

En Colombia, la organización Share que se dedica a la formación en nutrición y salud, se ha observado que la calidad del servicio que brinda tiene aspectos a mejorar, tales como, demoras en la información de los servicios ofrecidos, gestiones administrativas, entre otros, como consecuencia al no mejorar estos aspectos no está logrando la satisfacción del cliente, y se tiene que enfocar principalmente en la calidad del servicio (Reyes, 2014).

En Colombia, las Pymes su competencia es cada vez mayor y una empresa que no cuide a sus clientes estará destinada a fracasar. El diseño de estrategias que permitan retener a nuestros clientes es más rentable que salir a la conquista de unos nuevos en un mercado cada vez más competitivo en el que se ponen en juego productos sustitutos e innovadoras promociones para clientes. (Rodríguez, 2014).

Y volviendo a las micro y pequeñas empresas en el Perú, son una actividad de crecimiento en la economía, también existen la mayor cantidad de casos negativos de reclamos por su servicio, pero se están viendo la mejora en el diseño de los ambientes donde interactúan el trabajador con el cliente, así como en las políticas mismas de calidad. Asimismo, se están implementando compromisos de calidad y garantías de servicio. (García, 2015).

Por otro lado, en la región Ancash, las micro y pequeñas empresas tienen un gran potencial de desarrollo en nuestra localidad, sin embargo, como en muchos países internacionales y nacional, el problema se viene dando en la gestión de calidad de su servicio en atención al cliente. Según aldea lo define que las micro y pequeñas

empresas de nuestra provincia tiene una gran capacidad potencial de desarrollo. Mas aun, con todas las herramientas tecnológicas que tienen hoy, realmente creemos que podría llegar a incrementar su potencial. Nos hace referencia que las micro y pequeñas empresas en Chimbote tiene un gran potencial para el desarrollo de sus empresas y buscan incrementar potencialmente su servicio de calidad y estrategias en el tema de atención al cliente. (Aldea, 2013).

En el distrito de Nuevo Chimbote donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de comida rápida, las cuales tienen problemas de gestión de calidad en atención al cliente. Asimismo, se detectó que la mayoría de los representantes tienen una formación no universitaria, cuando actualmente es vital estar preparando para la adaptación del mercado. Unos de los problemas que se encontró fue las dificultades que tienen las micro y pequeñas empresas en la implementación de gestión de calidad por el aprendizaje lento de sus colaboradores, otro problema que se detecto fue la poca énfasis e importancia que se le da a la atención personalizada al cliente.

Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la Provincia del Santa, año 2017?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, año 2017.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017. Determinar las características de la gestión de calidad

en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.

La investigación se justifica porque el estudio realizado se obtuvo información relevante sobre la Gestión de calidad en atención al cliente, esto servirá de apoyo a mejorar la calidad del servicio en atención al cliente. Asimismo, la investigación será un aporte importante que puedan utilizar los nuevos estudiantes, administradores y futuros empresarios para adquirir más conocimiento en el tema de investigación. Finalmente, se justifica porque servirá de ayuda para los emprendedores que quieran iniciar su propio negocio y para los empresarios que se encuentran en el mercado, puedan tomar mejores decisiones e implementar nuevas estrategias en atención personalizada para el aumento de sus ventas y fidelización al cliente.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental- transversal-descriptivo. Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente, fue transversal porque se realizó en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente el año 2017, y fue descriptivo porque se describió las características de Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.

Asimismo, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 15 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas: 5 fue sobre información de los representantes de las mypes, 4 sobre las características de las mypes, 6 de la variable: Gestión de calidad, 8 de la técnica administrativa: Atención al cliente.

Los resultados más relevantes obtenidos en la investigación fueron: El 60% de los encuestados tienen una edad que oscila 18 a 30 años. El 66.60% de los encuestados son del género femenino. EL 53.40 % de los encuestados tiene un grado de instrucción superior universitario. El 60% de los encuestados tienen cargo que desempeña como administrador. El 66.63% de los encuestados indicaron que cuentan con un número de 1 a 5 colaboradores. El 93.40% de los encuestados indicaron que su empresa es para generar ganancia. El 86.80% de los encuestados si conocen el término de Gestión de

calidad. El 60% de los encuestados indicaron que miden el rendimiento con la técnica de la evaluación. El 53.4% de los encuestados considera que ha logrado tener una fidelización de los clientes hacia su empresa.

Finalmente, se concluye que la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente, la mayoría de los representantes tienen una formación no universitaria. Unos de los problemas que se encontró fue las dificultades que tienen las micro y pequeñas empresas en la implementación de gestión de calidad por el aprendizaje lento de sus colaboradores, y otro problema que se detecto fue la poca énfasis e importancia que se le da a la atención personalizada al cliente. Sin embargo, coinciden que la Gestión de calidad contribuye a dar una mejorar constante a las micro y pequeñas empresas que en su mayoría son lideradas por mujeres en el rubro de la investigación.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1 Antecedentes:

#### Antecedentes internacionales

López (2017) en su investigación *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes restaurantes Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo general: determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente, y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente, y Realizar un diagnóstico de la situación actual del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil a través de un análisis Foda, cinco Fuerzas de Porter y Pest, y Realizar una investigación de campo para medir el nivel de satisfacción de los clientes en el restaurante Rachy's mediante el uso de cuestionarios, y Diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. La metodología fue de diseño no experimental y transversal, de enfoque mixto: Investigación cuantitativa y cualitativa, con una población de 7280 y se aplicó una muestra de 365 encuestas donde se obtuvieron los siguientes resultados: Edad promedio de los encuestados: 42 años. Género: masculino con un 50%. El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante. El 67% de los clientes encuestados están de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva. El 49% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra. El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa. El 68% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que los utensilios bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestados con adecuado estado de limpieza. El 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero. El 48% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez. El 46% de los clientes

encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos. El 47% de los clientes encuestados están de acuerdo que el personal del restaurante Rachy's le comunica cuando no va a presentar sus servicios y porqué. El 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido. El 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos. El 40% de los clientes no están de acuerdo que el personal del restaurante les comunica como es el proceso para ser servidos. El 39% de los clientes está de acuerdo que el comportamiento del personal del restaurante le inspira confianza. El 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante son amables. El 47% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas. El 47% de los clientes no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que se ofrece información detallada sobre el menú diario y normas en las instalaciones del restaurante. El 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada. El 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante ofrece horarios de servicios convenientes a las necesidades de los clientes. El 44% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus inquietudes y sugerencias. El 44% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus inquietudes y sugerencias. El 79% de los clientes se encuentran no encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del restaurante. El 88% de los clientes se encuentran en una posición intermedia con respecto a sus sentimientos hacia el servicio que presta actualmente el restaurante. El 39% de los clientes no están de acuerdo que el restaurante cumple con sus expectativas. El 87% de los clientes no están ni acuerdo, ni en desacuerdo en aumentar el pago que se realiza a cambio de mejoras del servicio. El 87% de los clientes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en si recomendaría el restaurante Rachy's a otras personas. Llegando a las siguientes conclusiones que el cliente se encuentra satisfecho con los elementos tangibles como son: instalaciones, comida, máquinas y equipos del restaurante, en este elemento los clientes no se encuentran satisfechos como luce el personal de servicio, con el elemento de confiabilidad los clientes se encuentran



satisfechos porque el personal si muestra o brinda confianza. Los clientes del restaurante Rachy's se encuentran insatisfechos con el elemento de respuesta inmediata porque no se está brindando un servicio rápido y oportuno. En los elementos de garantías los clientes no se encuentran satisfechos porque el personal del restaurante no brinda la información solicitada. Con los elementos de empatía se pudo evidenciar insatisfacción de parte de los clientes, no se está brindando una atención personalizada y el personal no anticipa las necesidades individuales y deseos de los clientes. Y el último elemento que se analizó es el de la satisfacción, se pudo evidenciar que los clientes no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la satisfacción del servicio brindado en el restaurante Rachy's y que no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en recomendar el restaurante a otras personas.

Sánchez (2016) en su tesis *Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger diner de gyalan ,Zacapa*, tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualán , y sus objetivos específicos fueron Calcular el índice de calidad del servicio con el método ServQual, y Determinar la brecha de insatisfacción de los clientes, según la diferencia entre las expectativas y percepciones, Realizar una evaluación 360°, y para conocer las percepciones de los colaboradores y directivos del restaurante. La metodología fue diseño no experimental y transversal, descriptivos con una población de 1,446 donde se aplicó una muestra de 70 clientes llegando a los siguientes resultados: El 24% de los clientes dijo visitar el restaurante una vez cada dos semanas. El 42% de los clientes encuestados dijo haberse enterado de Pizza Burger Diner a través de otros medios de comunicación (redes sociales y comunicación de boca a boca). EL 42% de clientes que visitan el restaurante, son procedentes de las aldeas de Gualán, las percepciones, que representa lo que el cliente recibe del servicio (5.53 promedio). Llegando a las siguientes se evaluó la calidad del servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner Gualán, a través de la valoración de expectativas y percepciones, según el método ServQual para calidad de servicio.

## **Antecedentes Nacionales**

Ríos (2015) en su investigación *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*, tuvo como objetivo general: 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, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014, y sus objetivos específicos fueron describir las principales características de los gerentes de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014 , y Determinar las principales características de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar los principales factores de la gestión de calidad de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar las principales características que se involucran en el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Se aplicó una investigación descriptiva, no experimental y transversal con una muestra de 20 micro y pequeñas empresas donde se obtuvieron los siguientes resultados: El sexo masculino con el 65%. El 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 – 44. La instrucción superior universitaria completa con 60%. El tiempo en años predomina de 5-7 años con un 50%. El 90% de las Mypes son formales. El número de trabajadores permanentes representa un 95%. El 45% se formó la mypes para generar ingresos. La atención es buena con un 50%. El 85% cree que es importante a gestión de calidad. 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 80% de los representantes legales de las Mypes encuestados respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo. El 90% de los representantes encuestados respondieron que la calidad es un factor importante para obtener rentabilidad. El 90% de los representantes legales de las MYPES respondieron que la rentabilidad mejoro en los 2 últimos años, Llegando a las siguientes conclusiones 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 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%. Y en cuanto a la gestión de calidad se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención ; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad. Además, un 90% de los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicios, confirman que en los dos últimos años ha mejorado su rentabilidad.

Huallpahuaque (2015) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*, tuvo como objetivo general : Describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en Distrito de Huaraz, 2014, y como objetivos específicos: Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores en Distrito de Huaraz, 2014. Identificar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en Distrito de Huaraz, 2014. Se aplicó una investigación descriptiva, no experimental y transversal con una muestra de 21 micros y pequeñas empresas donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 33,3% manifiestan tener de 36 - 45 años. El 51,5% son mujeres. El 28,6% responden que tienen estudios secundarios. El 52,4% señalan que hay una deficiencia aplican la mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos. El 47,6% responden que si aplican la mejora continua en el

proceso de elaboración de alimentos. El 33,3% manifiestan que seleccionan de forma estandarizada la mercadería para brindar un producto de calidad respecto a la selección estandarizada de insumos para mejorar la calidad en la preparación de los alimentos. Llegando a las siguientes conclusiones que La mayoría de los empresarios encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de dos tenedores del Distrito de Huaraz, tienen de 36 - 45 años, son mujeres emprendedoras, con estudio superior universitario. La gestión de calidad, parte esencial de esta investigación es entendida como la aplicación de la mejora continua y la realización de cambios en el proceso, fundamental en aquellas organizaciones que quieren fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores en el distrito de Huaraz; en respuesta a este objetivo los resultados nos muestran que el mayor porcentaje de los empresarios no aplican el ciclo de PHVA en la estructura operacional de la organización.

Goicochea (2016) en su investigación *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015*, tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio –rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015, y sus objetivos específicos fueron: Determinar las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. Se aplicó una investigación descriptiva, no experimental y

transversal con una muestra de 10 micro y pequeñas empresas donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 80,0% de los representantes legales de las MYPES tienen una edad de 31 a 50 años. El 70,0 % de los representantes legales de las MYPES son Varones, el 70,0% de los representantes legales de la Mypes son casados. El 100,0% de los representantes legales de la Mypes son peruanos. El 40,0% de los representantes legales de la Mypes tienen el grado de instrucción de secundaria. El 80,0% de los representantes legales de las MYPES encuestados son Dueños. El 30,0% de las MYPES tienen una antigüedad más de 7 años. El 60,0 % de las MYPES tienen una cantidad de 1 a 4 trabajadores. El 60,0% de las MYPES sus trabajadores cuentan con una estabilidad laboral permanente. El 90,0% de los representantes legales de las MYPE si tienen conocimiento en gestión de calidad. El 80,0 % de las MYPE si tienen Misión y Visión. El 70,0% de las MYPE no desarrollan ninguna política de calidad en el restaurante. El 80,0% de las MYPE si realiza capacitaciones para sus trabajadores. El 60,0% de las MYPE manifestó que solo algunos de sus trabajadores están preparados para las funciones que 88 cumplen cada uno. El 90,0% de las MYPES su tiempo de atención al cliente es de 10 minutos. El 100,0% de los representantes legales de las MYPE si controla la preparación de los alimentos en el restaurante. El 60,0% de los representantes legales de las MYPE si evalúa el proceso de atención al cliente. El 80,0% de las MYPE realizan su publicidad por medio de paneles. El 50,0% de los representantes legales de las MYPE manifestaron que el aspecto que tendría que mejorar su restaurante es en la infraestructura del local. Llegando a las siguientes que la mayoría de los representantes legales de la MYPE encuestadas son peruanos, la mayoría de ellos son personas adultas, sus edades fluctúan entre 31 a 50 años, la mayoría de ellos son del género masculino, cuentan con estudios secundarios y la gran parte son casados. Se concluye que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen funcionando en el mercado por más de 7 años a más, y la cantidad de trabajadores que cuentan estas MYPE son de 1 a 4, siendo la gran mayoría trabajadores permanentes, asimismo la gran mayoría de los representantes legales de las MYPE del rubro restaurantes del boulevard gastronómico de Villa María del Triunfo, si tienen conocimiento en gestión de calidad; pero no existe interés por los propietarios y/o administradores en poner en práctica los diferentes procesos que te ofrece este tema de la gestión de calidad. La mayoría de las MYPE no desarrollan ninguna política de

calidad, la capacitación que se efectúa a sus trabajadores es de forma empírica; por lo que mucho de ellos no están preparados completamente para desempeñarse en el cargo asignado, en cuanto a la publicidad solo utilizan paneles y con respecto a eventos o promociones no suelen realizarlo.

Mirko (2016) en su investigación *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector restaurantes turísticos del distrito de Iquitos, año 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar si las Mypes del sector restaurant turístico del distrito de Iquitos están formalizadas y si se administran con gestión de calidad, y sus objetivos específicos fueron Determinar si las Mypes del sector restaurant turístico del distrito de Iquitos están formalizados. Determinar si las Mypes del sector restaurant turístico del distrito de Iquitos se administran bajo una Gestión de Calidad. Se aplicó una investigación descriptiva, no experimental y transversal con una muestra de 19 micro y pequeñas empresas donde se obtuvieron los siguientes: en el rango de 30 a 44 años (47,4%). El género masculino (84,2%). El 63,2% cuenta con instrucción técnica, en su mayoría como “Dueño” (63,2%). El 89,5% de las mypes se encuentran formalizadas. El 73,7% de las Mypes del sector están constituidas como persona jurídica. Los emprendedores en 47,4% cuentan con su propio capital de trabajo, “de 3 a 5 años” (52,6%). La mayoría tiene “de 5 a 9 trabajadores” (42,1%). Un 10,5% de mypes que no registra a sus trabajadores en planilla, indican que “No” conocen bien los alcances de una Gestión de Calidad (52,6%). Indican que “Sí” tiene interés por la mejora continua (68,4%). El 78,9% no ha definido su visión y misión. El 68,4% de los emprendedores que “No” ha definido los valores de su organización, el 68,4% de los microempresarios encuestados, sus empresas no tienen estructura organizativa. El 52,6% de los microempresarios encuestados, sus empresas no definieron su plan de negocio. El 73,7% “Si” ha implementado un sistema de servicio de atención al cliente, “Si” capacita a su personal para mejorar la realización de tareas o procesos. El 68,4% de los microempresarios encuestados, comparte la idea que aplicar gestión de calidad le permita a sus negocios alcanzar mejores prácticas. El 68,4% de las mypes “Si” alcanzó resultados favorables en su negocio: “rentabilidad” 31,6%. Llegando a las siguientes conclusiones que las mypes del sector Restaurante Turístico son dirigidas por empresarios que definen su cargo directriz como “dueños” (63,2%), rango de edad:

jóvenes – adultos (de 30 a 44 años) 47,4% y adultos (de 45 a 64 años) 26,3%. Predomina sexo masculino (84,2%), instrucción técnica (63,2%) y especialidad “Cheff” (73,6%). Y La formalidad alcanza al 89,5% de las mypes. Existe un 10,5% con trámites aún por concluir y cuyos “dueños” indican “por el momento no es prioritario”. Así este sector de microempresarios se sume en informalidad, que compone informalidad laboral (10,5%), municipal y hasta de seguridad, inclusive. Y por último Los microempresarios del sector Restaurante Turístico, se caracterizan porque operan enfocados en sus clientes bajo la filosofía de la mejora continua (68,4%). Sin embargo, no significa que conoce bien lo que involucra una administración de Calidad (52,6%). Finalmente, el 68,4% de los microempresarios que aplicaron la filosofía de la mejora continua, han mejorado aspectos como: Competitividad (26,3%), “rentabilidad” (31,6%) y mejor participación del mercado (10,5%).

### **Antecedentes locales**

Luna (2016) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*, tuvo como objetivo general : Describir las principales características de la gestión de Calidad de las MYPES del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2013, y sus objetivos específicos fueron Determinar las características de los representantes legales de las Mypes del sector servicios - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013. Determinar las características en las Mypes del sector servicios - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013. Determinar las características de la Gestión de Calidad en las Mypes del sector servicios – rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013. Se aplicó una investigación descriptiva, no experimental y transversal con una muestra de 23 micro y pequeñas empresas donde se obtuvieron los siguientes resultados: El 60,9% son de género masculino, El 52,2% tienen una edad entre 18 y 30 años. El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% de los representantes tiene 3 años en actividad. El 65,2% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores. El 69,6% son formales. El 65,2% mantienen a sus trabajadores en condición informal. El 100% de las Mypes encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO. El 60,9%

de los encuestados aseguran que aplican una gestión de calidad. El 56,5% ponen en práctica como técnica de gestión la mejora continua. El 78,3% realiza capacitaciones orientadas al servicio. El 39,1% de los empresarios consideran que el precio es la prioridad de sus compras ante sus proveedores. Llegando a las siguientes que la mayoría (60,9%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, la mayoría absoluta (52,2%) tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría relativa (47,8%) tiene el grado de instrucción universitaria y la mayoría relativa (43,5%) cuenta como administrador 3 años en el rubro. Y la mayoría absoluta (69,6%) de las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote están formalizadas, la mayoría absoluta (65,2%) se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría absoluta (65,2%) mantienen a sus trabajadores en condición informal. Y también la totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores.

Antúnez (2017) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016, y sus objetivos específicos fueron Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Se aplicó una investigación descriptiva, no experimental y transversal con una muestra de 22 micro y pequeñas empresas donde



se obtuvieron los siguientes: El 72,7% tienen una edad entre 31-50 años. El 63,6% son de género masculino. El 45,5% tienen un grado de instrucción superior. El 63,6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 59,1% de las micro y pequeñas empresas son informales. El 68,2% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad. El 40,9% manifiestan usar la mejora continua como técnica de gestión en su negocio. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad planificar sus actividades para determinar la calidad dentro de su negocio. El 36,4% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes el buen trato. El 45,5% al contratar a su personal prefiere dar la oportunidad de trabajo a sus familiares. El 54,5% no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. El 50% de las micro y pequeñas empresas señalan que se adecuan a los factores externos cambiantes como la innovación del producto. El 59,1% señala que una atención de calidad contribuye en un aumento de ventas para el negocio. Llegando a las siguientes conclusiones que La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. Y también la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Y por último se concluye que La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de los microempresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mypes tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Jáuregui (2017) en su investigación *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*, y tuvo como objetivo general : Determinar las principales características de gestión de calidad en el Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio ,rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014 , y sus objetivos específicos fueron Describir las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, servicio rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Se aplicó una investigación descriptiva, no experimental y transversal con una muestra de 8 micro y pequeñas empresas donde se obtuvieron los siguientes: El 50% tienen una edad promedio de 18 a 30 años. El 50% son de género 55 masculino, El 37.5% tienen instrucción superior no universitaria. El 75% son los dueños. El 37,5% tienen más de 7 años en el rubro. El 62.5% tienen entre 1 a 3 trabajadores. El 100% tienen como objetivo maximizar ganancias. El 100% desconocen el término Gestión de calidad. El 75% utilizan la técnica del liderazgo. El 100% no siguen un plan de negocios estratégico. El 100% perciben que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos. El 100% han logrado con la gestión de calidad, ofertar productos de mayor y mejor calidad. Llegando a las siguientes conclusiones que la totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo democrático, por otra parte, en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos. Finalmente, la mayoría que aplicó gestión de calidad obtuvo buenos resultados ofertado productos de mejor calidad. Por lo tanto, se puede decir que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término. Y la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son jóvenes, ya que tienen una edad que oscila entre 18 a 30 años, cuentan con experiencia significativa en el rubro, la mayoría son de género masculino, son ellos los emprendedores de sus negocios y cuentan con estudios superiores no

universitarios, que les ha facilitado de alguna manera tener mayor conocimiento, creatividad y visión por el emprendimiento, finalmente son dueños propios. Y por último que la totalidad tiene como finalidad maximizar ganancias, para poder apoyar a sus familias, la mayoría tiene una permanencia en el rubro de 7 años, esto les ha permitido posicionarse mejor, así mismo en su mayoría cuentan entre 1 a 3 trabajadores, personal suficiente, ya que no cuentan con mayores recursos para reclutar más personal.

Fernández (2017) en su investigación *Gestión de calidad y capacitación al personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro – restaurantes, sector central - La Esperanza, año 2016*, tuvo como objetivo general: describir las características de la gestión de calidad y capacitación al personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro – restaurantes, sector central - La Esperanza, año 2016, y sus objetivos específicos fueron describir las características del perfil de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro – restaurantes, sector central - La Esperanza, año 2016. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro – restaurantes, sector central - La Esperanza, año 2016. Describir las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas del sector servicios, rubro – restaurantes, sector central - La Esperanza, año 2016. Describir las características de la capacitación al personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro – restaurantes, sector central - La Esperanza, año 2016. Se aplicó una investigación descriptiva, no experimental y transversal con una muestra de 50 micro y pequeñas empresas donde se obtuvieron los siguientes resultados: El 60% son femenino. El 44% tienen entre 18-30 años. El 60% son universitarios. El 60% tienen de 5 a más años. El 52% tiene 1-5 años. El 100% son formales, el 80% cuentan con 1 – 5 trabajadores. El 50% crearon su negocio con la finalidad de obtener ganancias. El 90% la aplican la técnica de gestión de calidad. El 60% utiliza la técnica de lluvia de ideas para la gestión de calidad de su restaurante. El 100% realiza la gestión del enfoque al cliente. El 50% aplica la buena atención al cliente. El 41% realiza la capacitación al personal. El 70% tienen buena actitud con el cliente. El 70% realiza a la evaluación al personal. El 70% realizar la evaluación permanente a sus trabajadores. Llegando a las siguientes conclusiones que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio son

de género femenino (60%), tienen edad promedio entre 18-30 años (44%), con grado de instrucción de estudios universitarios (60%), y tienen una experiencia laboral de 5 a más años (60%). y la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tiene de 1-5 años de tiempo en el mercado (52%), que cuentan con 1-5 trabajadores (80%), su objetivo es obtener ganancias (50%) y la totalidad de los negocios sean formales (100%). Y por último la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio aplican la gestión de calidad (90%), utilizan la técnica de lluvia de ideas (40%), aplica una buena atención al cliente (50%), y finalmente la totalidad realiza la gestión del enfoque al cliente (100%). Asimismo, finalizando se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas realizan capacitación a veces al personal (41%), el personal tiene buena actitud con el cliente (70%), los representantes realizan evaluación a su personal (70%), y esto lo hace de manera permanente (70%).

## **2.2. Bases teóricas**

### **Micro y pequeñas empresas (Mypes)**

según Cuba nos menciona que las micro y pequeñas empresas en el Perú vienen ofreciendo productos y servicio en el mercado generando empleo y teniendo colaboradores ajustado a su nivel de función y capacidad de su empresa y obteniendo beneficios de ingresos económicos muy rentables. (Cuba, 2017)

Las Mypes en nuestro país se define como una unidad de ingresos económicos que son constituida por una persona natural o jurídica que posee o que va a iniciar un negocio, bajo la legislación vigente de la gestión empresarial y que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Sunat, 2017)

Según el art.5 de la ley 30056 define las características de las micro, pequeñas y medianas empresas en las siguientes categorías empresariales, clasificando en función de sus niveles de ventas anuales.

Microempresas: ventas anuales de un máximo de 150 unidad impositiva tributarias (UIT).

Pequeñas empresa: ventas anuales superior a las 150 unidades impositivas tributarias (UIT) y con un máximo del 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: Venta anual superior a 1700 unidad impositivas tributarias (UIT) y con un monto máximo de 2300 impositivas tributarias (UIT).

En el Perú, el incremento en los montos de UIT para las micro, pequeñas y medianas empresas y determino por el decreto supremo N° 380-2017 por el ministro de economía y finanza y el ministro de la producción que actualmente en el 2018 equivale a S/. 4,150. (Sunat, 2017)

### **Importancia de las mypes:**

La importante de las micro y pequeñas empresas en el Perú se ha vuelto fundamental porque contribuyen en el desarrollo económico del país generando empleado en diversos lugares de la región y reduciendo la pobreza a través de sus actividades de servicio o producto que son retribuido con salarios y además motivan a los nuevos jóvenes el espíritu emprendedor para la creación de un negocio (Cuba, 2017).

Según Sánchez en su importancia de las mypes nos define que son un motor importante en la economía que brindan oportunidad de empleo al 80% de la población y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). Asimismo, la contribución de la mypes en el Perú son de tipo formal e informales (Sánchez, 2014).

### **Formalización y constitución**

Mipropiaempresa.com (2016) nos menciona que: “Para la realización de la creación de la actividad de una empresa el estado exige diferentes trámites para formalizar tu negocio”.

### **Formalización:**

Para la creación de una micro, pequeñas y mediana empresa se debe tener en cuenta en elegir ser una persona natural o jurídica, asimismo en la sociedad que quiere

que tenga su negocio y por último se elige el régimen de su empresa. (mipropiaempresa.com, 2016)

### **Constitución:**

Según mipropiaempresa.com nos menciona que lo que uno empieza a realizar es búsqueda de un nombre, se reserva el nombre en la Sunarp, hacer una minuta de constitución, el aporte de dinero, aporte de activos, escritura pública, registros públicos, y finalmente se hace un testimonio de la empresa. (mipropiaempresa.com, 2016)

### **Gestión de calidad de la Mypes:**

La gestión de calidad en las mypes son un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas en una entidad u organización, permitiendo el funcionamiento correcto en la elaboración de un producto o servicio de calidad que pueda satisfacer las necesidades de los clientes. (Bsigroup, 2015)

La gestión de calidad es un conjunto de normas correspondientes en una organización o entidad con el fin de que se cumplan las condiciones óptimas en el desarrollo de la elaboración de un bien o servicio. (Tamara, 2017)

La norma ISO 9001 es una norma internacional acerca del sistema de gestión de calidad que se le da o atribuye a todas las empresas públicas o privadas que disponen efectivamente de todos aquellos elementos que son necesarios para contar con una gestión de calidad donde satisface las necesidades y expectativas de sus clientes. (Bazán, 2015)

Según ISO 9001 nos menciona que las empresas y organizaciones buscan generar beneficios tanto para ellos como los clientes: satisfacer al cliente, obtención de nuevos clientes, mejora los procesos de la organización, diferenciación de la competencia, reducción de costes sin que afecten a la calidad, cumplir con los requisitos de la administración pública, cumplir con las exigencias que se deriven de la pertenencia a un grupo. (ISO9001,2015)

## **Los pasos básicos para implementar un sistema de gestión de la calidad**

Según ISO 9001 nos menciona que la implementación del sistema de gestión de calidad se encuentra las tarea y procedimientos donde se centran en llevar a cabo la normativa de calidad por la que se rigen. La gestión de la calidad en las empresas pequeñas y mediana pueden implementar el sistema de gestión de calidad:

- Comunicación y capacitación del personal: determinar las medidas y los procesos a seguir en cada trabajo.
- Implantación del sistema de gestión: definir las tareas y los procedimientos de la actividad productiva de la organización.
- Auditoría interna y revisión: realizar a cabo una auditoría interna y previa a la certificación para detectar errores y oportunidad de mejor en el sistema de gestión de calidad.
- Aplicación de medidas correctoras: medidas correctoras que solventen todas las deficiencias y conseguir cumplir los objetivos.

El modelo del sistema de gestión son documentados por la ISO, y que además se usan en nuestro país como norma técnica peruana, y en países de la región por el organismo nacional de normalización, sirve para reorientar las acciones que viene haciendo las pymes y permite evidencias los beneficios del sistema. (ISO9001,2015)

### **Teoría de la atención al cliente:**

La atención al cliente es un servicio que ofrece toda empresa para relacionares con sus clientes enfocándose en sus necesidades e inquietudes, y con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado. (Tamara, 2016)

según Wikipedia nos menciona: “El servicio al cliente se define como la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa así sea macro o micro y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y buscar en ellos su total satisfacción”. (Wikipedia, 2017)

Según Blanco nos da a conocer que el cliente es el eje principal de la actividad de la empresa desde un punto de vista global. Asimismo, el servicio al cliente como

una actividad que ofrece una empresa al cliente con el fin de que obtenga los productos que los satisfacen sus necesidades”. (Blanco,2013)

Según Blanco (2013) nos menciona que: “Informar a los clientes de todo aquello relacionado con la empresa que sea de su posible interés, coordinador la aplicación de la carta de servicios a los clientes y gestión de quejas, reclamaciones y devoluciones” (p.197).

### **Importancia de atención al cliente:**

La atención al cliente es esencial para el éxito de una empresa por tal motivo los empleadores encargado de relacionarse con el consumidor tenga la capacidad y habilidad de poder tratar y atender de manera efectiva al cliente.

Es importante porque una buena atención al cliente hace que el consumidor se sienta muy importante y agradecido con la empresa por el trato recibido, a través de ello se fideliza al cliente que atraerá y recomendará el servicio a su entorno de la empresa. Por ello, Es fundamental que un empleado pueda brindar una atención adecuadas a sus necesidades y saber escuchar al cliente para el desarrollo de la empresa. (Tamara, 2017)

### **Tipos de clientes:**

En una organización u empresa es importante el cliente para el éxito de un producto o servicio, por ellos es primordial brindarle al empleado que trata al cliente directamente una capacitación especializada en el trato hacia el público. Al trabajar en el servicio de atención al cliente el trabajador se encontrará con diferentes tipos de clientes su entorno laboral, por ello debe contar con la actitud y aptitud necesario para tratar al consumidor. (Peralta,2017)

### **Según sus características:**

Según Peralta (2017) existe 5 tipos de clientes:

- cliente parlanchín: Son clientes amistosos, que buscan la conversación y que pueden llegar a excederse con sus explicaciones o en su discurso, sin tener en cuenta el tiempo de su interlocutor.



- cliente gruñón: Se trata de personas un tanto rígidas y negativas, poco encaradas a la solución de problemas, centradas en la queja y que tienen la creencia de que llevan siempre la razón.
- cliente suspicaz: Es una persona que va a poner en duda todos los argumentos que usted se pueda dar. se centra en la duda y se puede mostrar un tanto intransigente y dubitativo.
- cliente detallista: Son personas que saben perfectamente lo que quieren, pueden ser exigentes, demanda concreción y respuestas claras, sin un exceso de información o argumentos.
- cliente sábelo Todo: Este tipo de clientes cree conocer todo cuanto es necesario en relación con lo que necesita y desea.

Como nos indica Peralta existen 5 tipos diferentes de clientes por lo tanto un empleado que trabajo en atención al cliente debe brindar una amable, cordial y paciente atención al consumidor generando confianza e información clara y evitar siempre una mala experiencia al cliente con la intención de que realiza la compra del producto o servicio.

### **Fases de atención al cliente:**

#### **Bienvenida**

Es la parte más importante de las mypes porque es la manera como se empieza e impacta al cliente y significa mente da valor para que haga el proceso de compra, sin embargo, si el cliente no recibe un trato agradable, se podría ir del establecimiento y dar malas recomendaciones. En el servicio de atención al cliente es fundamental establecer una buena relación con el cliente y tener una actitud positiva. (Tamara, 2017, P.23)

#### **Indagar**

Es un enfoque importante a la hora de realizar un servicio de atención con las preguntas básicas para lograr estrechar una buena comunicación y la forma de descubrir sus inquietudes y por qué se acercó a la tienda para darle solucionar y

brindarle el producto o servicio que está deseando y aprovechar en atender de forma excelente sin que se desespere y no encuentre ayuda. (Tamara, 2017, P.23)

### **Asesoría:**

En esta fase se encarga de escuchar y servir al cliente en lo que solicite, es el punto donde interactúa el cliente y los empleados para escuchar lo que desea y resolver cualquier duda que tenga dentro del establecimiento de la tienda. aquí el empleado se encarga de informar los detalles de las características y precios del producto o servicio. (Tamara, 2017, P.24)

### **Despedida:**

En esta fase es primordial que el empleado quite absolutamente todas las dudas e inquietudes que tuvo en el inicio o comienzo cuando entro en la tienda. El cliente debe sentir el amable trato y el apoyo recibido de parte del empleado. Asimismo, se debe agradecer su visita e invitarle a regresar en el establecimiento o tienda a comprar nuevos productos y/o servicios recibido. (Tamara, 2017, P.24)

### **Las funciones de atención al cliente:**

#### **Servicio posventa**

Es un valor adicional que se brinda al cliente para hacerlo sentir parte de la empresa, y así pueda regresar a volver a comprar el producto o servicio.

Según Tamara (2017) nos menciona que: “El servicio de post venta es continuar brindando la atención al cliente después de haber realizado la adquisición de un bien o servicio donde se resuelven sus dudas e inquietudes” (P.27)

#### **Cambio y Devoluciones:**

La decisión del cliente para tomar un cambio o devolución mencionado en las líneas anteriores se debe tener en cuenta en el trato y disposición adecuados hacia el cliente. Según Tamara (2017) nos menciona que:

Este servicio no tiene ningún costo por la realización de algún cambio o devolución del producto y se da en todas las empresas, entonces teniendo en cuenta los motivos de cambio o devolución del producto son:

- compro y no había stock
- faltó una pieza y no se entregó en la fecha pactada
- el producto presenta algún accesorio roto
- No cumple sus expectativas
- No desea el producto (P.27)

### **Gestión de quejas y reclamaciones**

Esta es la función principal y consiste en resolver de forma eficiente las quejas y reclamaciones siguiendo un modelo del tipo establecido de la mypes a través de una manera pacífica con el cliente, para seguir conversando fidelidad con el consumidor. Según Tamara (2017) nos menciona que:

Ante un reclamo hay que tener una actitud pacifista por no siempre el cliente hará su reclamo de la mejor manera (no te va a sonreír por naturaleza suele estar amargos, disconformes e indignados y el tono de voz será elevado, para ellos es muy importante y fundamental calmar al cliente, escuchar y estar atentos a su descargo, de esta manera el cliente nos brinda información precisa ya sea sobre la atención brindada, falla en los productos para poder tomar acciones, corregir y tomar medidas de control y sobre todo dar una solución a su reclamo o queja, de esta manera el cliente quedará satisfecho (P.28)

- **Obtención y gestión de información**

El departamento recoge, registra, clasifica y trata toda la información proveniente de los clientes para ponerla a disposición de la dirección de la empresa.

- **Información al cliente**

Resolución de dudas sobre el uso de los productos e información al cliente de sus derechos son las dos principales tareas que desarrollan la función de informar al cliente

- **Elaboración de estadísticas e informes**

De forma periódica, generalmente cada año, el departamento debe hacer una memoria de todas sus actividades, así como un análisis estadístico de sus actuaciones, con el objetivo de mejorar su nivel de servicio.

### **Fidelización de clientes**

La fidelización pretende se pretende mantener un vínculo de largo tiempo con el cliente, con el objetivo de que el cliente siga consumiendo los productos o servicio de las mypes. Según Frederick Reichheld (s.f) "Afirmo que sin unos empleados leales es imposible mantener una base de clientes leales".

Por ello es muy importante que los empleados sean fieles a la empresa y se debe conocer en profundidad los gustos y necesidades del cliente a través de preguntas y trato con el cliente, y procesar esa información y ofrecer un mejor trato y producto que se adapten a sus necesidades del cliente. (Albújar, 2016).

### **Características de la fidelización de los clientes**

Se trata de un sistema de relaciones que parte de la empresa: por lo que tanto debe estar definido y programado por la propia empresa. La fidelización solo se da cuando la relación con el cliente es duradera en el tiempo, no se puede hablar de fidelización a corto plazo. Se puede considerar que un cliente es fiel cuando realiza en la empresa un determinado porcentaje de sus compras, de forma que el mismo cliente puede ser fiel a más de una empresa.

### **Principales estrategias para la fidelización de clientes:**

- Brindar un buen servicio al cliente: brindar un buen servicio al cliente significa entre otras cosas brindarle al cliente una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable y una rápida atención. Brindar un buen servicio al cliente nos permite tener más confianza y preferencia de nuestra empresa, y lograr que vuelva a comprarnos o a visitarnos y asimismo recomendar a otros nuevos consumidores.

- Brindar servicio de Post Venta: brindar servicio de post venta consiste en brindarle al cliente servicios posteriores a la venta, tales como el servicio de entrega de productos a domicilio, el de instalación gratuita del producto, el de asesoría en el uso del producto, el de reparación y mantenimiento del producto. Al brindar un post venta nos permite estar en contacto con el consumidor después de haber realizado la venta.
- Mantener contacto con el cliente: Mantener contacto con el cliente consiste en conseguir sus datos personales (nombre, dirección, teléfono, correo electrónico, fecha de cumpleaños), y posteriormente comunicarse con el consumidor sobre el servicio y uso del producto, como también llamada por fecha festiva.
- Buscar un sentimiento de pertenencia: Consiste en procurar que el cliente se sienta parte de la empresa, brindándole un buen servicio y haciéndolo participar en las mejoras de la empresa. Asimismo, es crear la posibilidad de que el cliente pueda suscribirse o ser miembro de la empresa como, por ejemplo: Otorgándole un carné de socio o tarjeta vip.
- Usar incentivos: consiste en hacer uso de incentivos o promociones de venta que tengan como objetivo lograr que el cliente repita la compra o vuelva a visitarnos. Como, por ejemplo: podemos hacer el uso de tarjetas con acumulación de puntos y permita ir acumulado a medida que siga comprando el mismo producto o servicio y canjear al llegar a un determinado punto o acceder.

### **La comunicación con el cliente**

Blanco (2013) "Nos precisa en su teoría que la comunicación con el cliente es el inicio de un proceso de comunicación y posterior a su desarrollo de la estrategia de marketing de la empresa".

### **Etapas de la comunicación eficiente**

- Establecimiento de los objetivos de la comunicación.
- Delimitación de los receptores del mensaje (mercado meta).
- Elaboración de los mensajes.

- Selección de las herramientas de comunicación aplicables al proceso.
- Planificación del uso de los medios de comunicación que se van a utilizar.
- Elaboración de un presupuesto económico del coste total del proceso de comunicación.
- Desarrollo del proceso de comunicación propiamente dicho.
- Control y evaluación de los resultados.

### **Satisfacción de los clientes:**

La satisfacción al cliente se da a conocer a través del consumo en los producto y servicio por lo que se percibe agrado del cliente cumpliendo así con sus expectativas esperadas del producto o servicio. En la actualidad en el Perú y en diferentes países al lograr tener clientes satisfecho con un producto o servicio garantiza la permanencia y acogida en el mercado. (Tamara, 2017).

## **2.3 Marco conceptual**

### **Historia de la comida rápida**

En antigua roma, en su tiempo se servían en puesto callejeros. En cambio, en la india era una costumbre servir comida callejera, como puedes el Panipuri, los pakoras, etc.

En el año 1912, se comenzó a abrir la primera automat en Nueva York, que era un local que ofrecía comida con ventanas de vidrios y ranuras para que puedan pagar. El sistema ya utiliza en Berlín y en algunas ciudades de Estados unidos, hizo popular a un slogan “Menos trabajo para mamá”.

En el año 1940, Estados unidos se volvió popular la palabra drive-through en su tiempo que consistía en servir comidas sin la necesidad de salir de un coche.

En el siglo XIX, en Europa en la época de las guerras napoleónicas, se conoció la comida rápida por la fuerza rusas en Francia solicitaban restaurantes que le sirvan lo antes posible, donde siempre repetían las misma palabras bistró = rápido.

A mediados del siglo XX, en estados unidades un empresario llamado Gerry Thomas fue el primer hombre en comercializar la comida preparada en pocos minutos en casa.

Sin embargo, En el año 1990 comenzaron a aparecer los distintos problemas de la famosa comida rápida, las personas comenzaron a denunciar por la poca información y la manera como se preparaba sin tener un control de las consecuencias que traía la comida.

En el XXI, se comenzaron a surgir distintas corrientes contrarias a la comida rápida, haciendo documentales contra la lucha de la comida rápida, sin embargo en la actualidad las personas se sabemos que hay muchas comida chatarra que nos hace daño, y que están con información de cuanto de grasas, azúcar y calorías contiene todo el alimento que están consumiendo.

### **Gestión de calidad**

Es un conjunto de acciones realizada por la empresa a través de actividades planificadas en la mejora del desempeño del trabajador con la intención de lograr los objetivos establecido por la empresa.

### **Calidad de servicio**

La calidad en el servicio es la forma como el cliente percibe y esperaba sobre la calidad de servicio brindado por la empresa.

### **Dimensiones de la Calidad**

Las dimensiones de la calidad es la evaluación a la organización sobre sus experiencias y se puede determinar si va de acuerdo con sus objetivos y satisfacción a sus clientes. Asimismo, esto ayuda mucho al gerente o administrador en una observación más detallada donde involucra en mejor las fallas de servicio o producto a ofrecer al cliente.

### **Atención al cliente**

Es un servicio que prestan las empresas hacia el cliente donde se encarga una persona de realizar dicho trabajo proporcionando la información o comunicación directamente con los clientes.

### **Departamentalización de atención al cliente**

Es el conjunto de actividades y tareas diseñadas en la empresa con la finalidad de atender a clientes, tanto actuales como potenciales, en todas las comunicaciones y relaciones que tienen lugar antes, durante o después de la compra de un bien o de la prestación de un servicio.

### **Micro y pequeñas empresas**

Son empresas pequeñas que tienen un capital muy pequeño pero muy bien invertido para seguir existiendo en el mercado, en su mayoría son creadas por familiares las cuales las mismas desempeña un cargo y que tienen por objetivo generar rentabilidad.



### **III.HIPÓTESIS:**

En el presente trabajo de investigación titulado: La gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, año 2017, No se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV.METODOLOGÍA**

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

La investigación fue de diseño no experimental -transversal,

Fue no experimental: porque no se manipuló deliberadamente a la variable de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en estudio solo se describió tal y como se presenta en la realidad sin existir ninguna modificación.

Fue transversal: porque el estudio de investigación de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro comida rápida en el distrito Nuevo Chimbote de la provincia del santa, se realizó en un determinado tiempo, teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2017.

Fue descriptivo: porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro comida rápida en el distrito Nuevo Chimbote de la provincia del santa, año, 2017.

### **4.2 Población muestral**

Población: se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, comida rápida en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2017. La información se obtuvo a través de la municipalidad distrital de Nuevo Chimbote. (ver Anexo 3).

Muestra: Se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, comida rápida en el distrito de Nuevo Chimbote, año 2017. La información se obtuvo a través de la municipalidad distrital de Nuevo Chimbote. (ver Anexo 3).

### 4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las Micro y pequeñas empresas	Son personas que manejan un negocio, y tienes la pasión de crecer en el mundo empresarial, buscando las oportunidades y beneficios económicos.	Edad	- 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años	Rango
		Genero	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	- Sin instrucción - Educación básica - Superior no universitaria - Superior Universitario	Ordinal
		Cargo que desempeña	- Dueño - Administrador	Nominal
		Permanencia en el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
		Años de permanencia en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Razón
		Personas que trabajan en la empresa	- Familiares - Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación	- Generar ganancia - Subsistencia	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Gestión de calidad con el uso de las técnicas modernas administrativas	Es un conjunto de actividades planificadas a mejorar el desempeño laboral de los integrantes de la empresa para lograr objetivos organizacionales para ello hace uso de las técnicas.	Termino Gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> </ul>	Nominal
		Técnicas modernas de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Benchmarking</li> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Empowerment</li> <li>- Las 5s</li> <li>- Outsourcing</li> <li>- Otros</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal
		Dificultades en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca iniciativa</li> <li>- Aprendizaje lento</li> <li>- No se adapta a los cambios</li> <li>- Desconocimiento del puesto</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La observación</li> <li>- La evaluación</li> <li>- Escala de puntuaciones</li> <li>- Evaluación de 360°</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
		La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- A veces</li> </ul>	Nominal

<b>Variable</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Atención al cliente	Es la persona responsable de utilizar los recursos de manera eficientes y eficaz de la empresa y lograr la satisfacción del cliente de manera adecuada hasta cuando compra o se le atiende un servicio.	Termino atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> </ul>	Nominal
		Aplica la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		La atención al cliente es fundamental	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		Herramientas para un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Confianza</li> <li>- Retroalimentación</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal
		Principales factores para la calidad al servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención personalizada</li> <li>- Rapidez en la entrega de los productos</li> <li>- Las instalaciones</li> <li>- Ninguna</li> </ul>	Nominal
		La atención hacia el cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buena</li> <li>- Regular</li> <li>- Mala</li> </ul>	Nominal
		Mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No tiene suficiente personal</li> <li>- Por una mala organización de los trabajadores</li> <li>- Si brindan una buena atención al cliente</li> </ul>	Nominal
		Resultado de una buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clientes satisfechos</li> <li>- Fidelización de los clientes</li> <li>- Posicionamiento de la empresa</li> <li>- Incremento en las ventas</li> </ul>	Nominal

#### 4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario para la recolección de los datos a través de 23 preguntas que son 5 referidas a las representantes legales de las empresas, 4 referidas a las micro y pequeñas empresas, 6 referidas a la gestión de la calidad de las micro y pequeñas empresas, y 8 referidas a las técnicas administrativas de atención al cliente. (ver Anexo 4).

#### 4.5 Plan de análisis

Para el desarrollo de la investigación se utilizó los programas informáticos del Microsoft Excel donde se realizó la elaboración de las figuras, tablas y datos estadísticos. Asimismo, se utilizó el programa Word que sirvió en el apoyo en la redacción y estructuración del informe. Al finalizar se utilizó el programa PDF para realizar la presentación del informe.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro comida rápida del distrito nuevo Chimbote de	<b>General</b> Determinar las características de la gestión de la calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro comida rápida del distrito de Chimbote de	Gestión de calidad: Es un conjunto de actividades planificadas destinadas a mejorar el desempeño laboral de los integrantes de la empresa para lograr objetivos organizacionales para ello hace uso de las técnicas.	<b>Población muestra:</b> La población muestral estuvo determinada por las 15 mypes del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia	<b>Diseño:</b> <b>No Experimental,</b> porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente. <b>Transversal:</b> porque se realizó en un determinado tiempo. <b>Descriptivo:</b> porque	<b>Técnica:</b> Encuesta <b>Instrumento:</b> Cuestionario

<p>la provincia del santa, año 2017?</p>	<p>la provincia del santa, año 2017.</p> <p><b>Específicos:</b></p> <p>-Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, año 2017.</p> <p>-Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, año 2017.</p> <p>-Determinar las características de la gestión de</p>	<p><b>Atención al cliente:</b> son unas series de actividades que son realizadas por el personal en mejorar la satisfacción de los clientes en una organización mediante una buena atención al cliente e identificación de sus necesidades de compra.</p>	<p>del santa, año 2017.</p>	<p>consistió en describir los fenómenos, situaciones y eventos de la variable en estudio.</p>	
--	---	---	-----------------------------	---	--

	calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, año 2017.				
--	---	--	--	--	--

#### 4.7 Principios éticos

En la investigación se resaltó los principales principios éticos en el informe como es la confidencialidad, confiabilidad y respeto a la persona humana para poder realizar una buena investigación. Se utilizaron los siguientes principios éticos como la confidencialidad que representa solo la información que son autorizada por los representantes de las mypes encuestadas. Asimismo, la confiabilidad que representa a los datos proporcionado por las mypes son reales, y a su vez se respeta las creencias y valores de las personas encuestadas siempre buscando el bien común.



## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

**Tabla 1**

*Característica de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro comida rápida del distrito de nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.*

Datos Generales	N	%
<b>Edad del representante</b>		
18 a 30 años	9	60.00
30 a 50 años	6	40.00
51 a más años	0	0.00
Total	15	100.00
<b>Genero del representante</b>		
Masculino	5	33.40
Femenino	10	66.60
Total	15	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
primaria	0	0.00
secundaria	3	20.00
superior técnico	4	26.60
superior universitario	8	53.40
Total	15	100.00
<b>Cargo que desempeña</b>		
Dueño	6	40.00
Administrador	9	60.00
Total	15	100.00
<b>Permanencia en el cargo</b>		
0 a 3 años	11	73.40
4 a 6 años	4	26.60
7 a más años	0	0.00
Total	15	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro comida rápida del distrito de nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.

**Tabla 2**

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017*

De la empresa	N	%
<b>Años de permanencia en el rubro</b>		
0 a 3 años	8	53.40
4 a 6 años	5	33.40
7 a más años	2	13.20
Total	15	100.00
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	10	66.63
6 a 10 trabajadores	1	6.66
11 a más trabajadores	4	26.71
Total	15	100.00
<b>Personas que trabajan en la empresa</b>		
Familiares	2	13.20
Personas no familiares	13	86.80
Total	15	100.00
<b>Objetivo de creación</b>		
Generar Ganancia	14	93.40
Subsistencia	1	6.60
Total	15	100.00

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.*

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
<b>Termino Gestión de calidad</b>		
Si	13	86.80
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	2	13.20
Total	15	100.00
<b>Técnicas modernas de la gestión de calidad</b>		
Benchmarking	0	0.00
Atención al cliente	10	66.80
Empowerment	0	0.00
La 5s	1	6.60
Outsourcing	0	0.00
Otros	3	20.00
Ninguno	1	6.60
Total	15	100.00
<b>Dificultades en la implementación de la gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	4	26.60
Aprendizaje lento	6	40.00
No se adapta a los cambios	2	13.40
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	3	20.00
Total	15	100.00
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	9	60.00
La evaluación	3	20.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación 360°	3	20.00
Otros	0	0.00
Total	15	100.00

Continúa

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017*

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
<b>La gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio</b>		
Si	15	100.00
No	0	0.00
Total	15	100.00
<b>La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas</b>		
Si	15	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	15	100.00
<b>Termino de atención al cliente</b>		
Si	15	100.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	0	0.00
Total	15	100.00
<b>Aplica la Gestión de calidad en el servicio a sus clientes</b>		
Si	14	93.40
No	0	0.00
A veces	1	6.60
Total	15	100.00
<b>La atención al cliente es fundamental</b>		
Si	15	100.00
No	0	0.00
Total	15	100.00

Continua

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017*

Gestión de calidad en atención del cliente	N	%
<b>Herramientas para un servicio de calidad</b>		
Comunicación	5	33.40
Confianza	1	6.60
Retroalimentación	9	60.00
Ninguno	0	0.00
Total	15	100.00
<b>Principales factores para la calidad al servicio</b>		
Atención personalizada	3	20.00
Rapidez en la entrega de los Productos	12	80.00
Las instalaciones	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	15	100.00
<b>La atención hacia el cliente</b>		
Buena	11	73.40
Regular	3	20.00
Malo	1	6.60
Total	15	100.00
<b>Mala atención al cliente</b>		
No tiene suficiente personal	0	0.00
Por una mala organización de los Trabajadores	1	6.60
Si brinda una buena atención al Cliente	14	93.40
Total	15	100.00

Continúa

**Tabla 3**

*Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017*

		Concluye
Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Resultado de una buena atención		
Clientes satisfechos	3	20.00
Fidelización de los clientes	8	53.40
Posicionamiento de la empresa	0	0.00
Incremento de las ventas	4	26.60
Total	15	100.00

***Fuente:*** Cuestionario aplicado los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro comida rápida del distrito de nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017.

## 5.2 Análisis de resultados y discusión

### **Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017**

Edad del representante: El 60% de los representantes tienen de 18 a 30 años, estos resultados coinciden con los encontrados por Luna (2016) quien manifestó que el 52.20% de los representantes tienen de 18 a 35 años. Pero contrasta con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien determinó que el 33.3 % de los representantes tienen de 35 a 44 años, y Huallpahuque (2015) quien menciona que el 33.3% de los representantes tiene una edad de 36 a 45 años, y López (2017) en el cual menciona que la edad promedio fue de 42 años, y Goicochea (2016) quien determinó que el 51.5% de los representantes tienen de 31 a 50 años, y Mirko (2016) nos menciona que el 47.4% de los representantes tienen de 30 a 44 años de edad. Esto demuestra que hubo un cambio en la edad de la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, están dirigidas por personas jóvenes de entre 18 a 30 años.

Genero del representante: El 66.60% de los representantes son de género femenino (Tabla 1), esto coincide con los resultados encontrados por Huallpahuque (2015) quien manifestó que el 51,5% de los representantes son de género femenino. Y López (2017) nos menciona que el 50% de los representantes son de género femenino. Pero contrasta con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien determinó que el 65% de los representantes son de género masculino. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Chimbote de la provincia, están siendo dirigidas por personas del género femenino.

Grado de instrucción del representante: El 53.40 % de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitario (Tabla 1), esto coincide con los resultados encontrados por Luna (2016) quien manifiesta que el 47.8% tiene un grado de instrucción superior universitario, y

coincide con Antúnez (2016) donde nos menciona que 45.5 % tiene un grado de instrucción superior universitario. Pero contrasta con los resultados por Goicochea (2016) quien determino que el 40% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tiene un grado de instrucción de secundaria. Esto demuestra que actualmente la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, están siendo dirigidas por profesiones universitarios.

Cargo que desempeña: El 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas tiene un cargo como administrador (Tabla 1), esto contrasta con los resultados encontrados por Goicochea (2016) donde determina que el 80% de los representantes legales de las mypes son dueños, y Mirko (2016) nos menciona que el 63.2% de los representantes legales de las mypes son dueños. Esto demuestra que actualmente la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, están siendo dirigidas por un profesional con el cargo de administrador.

Tiempo que desempeñado en el cargo: EL 73.40% de los representantes indicaron que tienen de 0 a 3 años desempeñando en el cargo de la empresa (Tabla 1). Esto coincide con los resultados encontrados por Luna (2016) quien nos manifiesta que el 43.5 % de los representantes tienen 3 años desempeñando en el cargo de la empresa, y Jauregui (2017) nos menciona que el 37.5% tienen 3 años desempeñando en el cargo de la empresa. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, tienen 3 años desempeñando en la empresa.

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017**

Años de permanencia en el rubro: El 53.40% de los representantes indicaron que las micro y pequeñas empresas tiene de 0 a 3 años de presencia en el mercado (Tabla 2). Estos resultados coinciden con lo encontrado por Luna (2016) quien manifestó que el 43.5% de las micro y pequeñas empresas tiene 3 años de presencia



en el mercado. Pero contrasta con los resultados encontrados por Ríos (2015) donde determino que el 50 % de las micro y pequeñas empresas tiene de 5 a 7 años de presencia en el mercado. Esto demuestra que la mayoría las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, tienen de 0 a 3 años de presencia en el mercado.

Número de trabajadores: El 66.63% de los representantes legales indicaron que cuentan con un numero de 1 a 5 colaboradores (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Luna (2016) quien nos manifiesta que el 65.2 % de los representantes indicaron que tiene de 1 a 5 colaboradores, y Goicochea (2016) nos menciona que el 60 % de los representantes legales indicaron que tiene de 1 a 4 colaboradores. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, tienen de 1 a 5 trabajadores. Esto se debe por la necesidad de satisfacer al cliente a través de una rápida atención con más trabajadores, además que cuenta con un poco capital, sin embargo, saben que tiene que seguir mejorando para seguir teniendo presencia en el mercado y fidelicen al cliente.

Personas que trabajan en el rubro: El 86.80% de los representantes legales indicaron que las personas que trabaja en sus empresas son personas no familiares y el 13.2% de los representantes legales indicaron que las personas que trabaja en su empresa son personas familiares (Tabla 2). Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, trabajan con personas no familiares, esto se debe a que considera que tienen un mejor rendimiento en el servicio y pueden trabajar mejor, y así no hay conflicto entre familias por los problemas en la empresa.

Objetivo de la creación: El 93.40% de los representantes indicaron que la existencia de la empresa es para generar ganancia (Tabla 2), estos resultados coincide con lo encontrado por Fernández (2017) quien nos manifiesta que el 50% de los representantes legales indicaron que el objetivo de la creación de la empresa es para generar ganancia, y Ríos (2015) nos menciona que el 45% de los representantes legales indicaron que el objetivo de la creación de la empresa es para generar ganancia. Esto demuestra que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas empresas del

sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, su objetivo de creación es generar ganancia.

**Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017**

Termino gestión de calidad: El 86.80% de los representantes si conocen el termino de Gestión de calidad (Tabla 3), estos resultados coinciden con lo encontrado por Goicochea (2016) quien manifestó que el 90% de los representantes si conocen el termino de gestión de calidad, y Mirko (2016) nos menciona que el 52.6% si conocen el termino de gestión de calidad. Esto demuestra la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, si tienen conocimiento de la gestión de calidad.

Técnicas modernas de Gestión de calidad: El 66.80% de los representantes legales indicaron que si utilizan las técnicas modernas de la gestión de calidad en atención al cliente (Tabla 3), esto coincide con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien manifestó que el 50% de los representantes legales indicaron que si utilizan la técnicas modernas de la gestión de calidad en atención al cliente, y Luna (2016) nos menciona que el 60.9% de los representantes legales indicaron que si utilizan las técnicas modernas de gestión de calidad en la atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, si tienen conocimiento de la gestión de calidad.

Dificultades en la implementación de la gestión de calidad: El 40% de los representantes legales indicaron que las dificultades se encuentran en el aprendizaje lento (Tabla 3), esto coincide con los resultados encontrados por Goicochea (2016) quien determino que el 60% de los representantes indico que su dificultad es el aprendizaje lento, y Ríos (2015) nos menciona que el 52.4% de los representantes indico que su dificultad es el aprendizaje lento. Esto demuestra la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, si tienen dificultades en la implementación de la

gestión de calidad, esto se debe a que el personal no cumple con el perfil de la empresa, y muchas veces por tal motivo afecta a la empresa, y en algunos casos muchas veces no le gusta el trabajo a realizar entonces por consecuencia su aprendizaje es muy lento.

Técnicas para medir el rendimiento: El 60% de los representantes legales indicaron que miden el rendimiento del personal con la técnica de la observación (Tabla 3), esto contrasta con los resultados encontrados por Fernández (2017) quien nos menciona que el 70% de los representantes miden el rendimiento con la técnica de la evaluación. Esto demuestra la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, miden el rendimiento del personal con la técnica de observación. Esto se debe a que piensan que es la mejor opción porque pueden tener mucho conocimiento, pero en la práctica quizás no rinda como se requiere para la empresa.

La gestión de calidad contribuye a mejorar: El 100% de los representantes legales indicaron que la gestión de calidad si contribuye a la empresa (Tabla 3) , esto coincide con los resultados encontrado por Antúnez (2015) quien manifestó que el 59.1% indicaron que la gestión de calidad contribuyen a la empresa, y Ríos (2015) nos menciona que el 75 % indicaron que la gestión de calidad contribuyen a la empresa. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, la gestión de calidad contribuye a mejorar la empresa.

La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos: El 100% de los representantes legales indicaron que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa (Tabla 3), esto coincide con los resultados encontrados por Jauregui (2017) quien manifestó que el 100% de los representantes indicaron que la gestión de calidad ayuda a cumplir los objetivos y metas. Pero contrasta con los resultados encontrados por Mirko (2016) quien nos menciona que el 52.6% de los representantes no conocen bien los alcances de la gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas.

Termino atención al cliente: El 100% de los representantes legales si conocen el termino de atención al cliente (Tabla 3). Esto coincide con los resultados de encontrados por Fernández (2017) quien nos menciona que el 100% de los representantes conocen el termino de atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría de las representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, si conocen el termino de atención al cliente, esto se debe a la constante creciente de las micro y pequeñas empresas en el rubro para llegar a conectar más con el cliente partiendo lo que es atención al cliente.

Aplican gestión de calidad: El 93.40% de los representantes aplican gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes (Tabla 3). Esto coincide con los resultados encontrado por Antúnez (2017) quien manifestó que el 59.1% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, y Fernández (2017) quien nos menciona que el 90% aplican gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes. Esto demuestra que la mayoría de las representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, esto se debe a la continua mejora que se viene dando en el mercado.

La atención al cliente es fundamental : El 100% de los representantes legales cree que la atención al cliente es fundamental para el cliente (Tabla 3) ,esto coincide con los resultados encontrados por Antúnez (2017) quien manifestó que el 36.4% de los representantes legales cree que la atención al cliente es fundamental para el cliente, y Fernández (2017) nos menciona que el 100 % de los representantes legales cree que la atención al cliente es fundamental para el cliente. Esto demuestra que la mayoría de las representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, cree que es fundamental la atención al cliente.

Herramientas para un servicio de calidad: El 60% de los representantes legales utilizan la herramienta de retroalimentación para un servicio de calidad en su negocio (Tabla 3), y el 33,40% de los representantes utilizan la herramienta de la comunicación

para un servicio de calidad, y el 6.60% de los representantes utilizan la herramienta de la confianza para brindar un servicio de calidad. Esto demuestra que la mayoría de las representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, utilizan la herramienta de retroalimentación. Esto se debe a los constantes cambios y adaptación a las oportunidades que se va presentando en el mercado.

Principales factores para un servicio de calidad: El 80% de los representantes legales brinda la calidad en el servicio a la rapidez en la entrega de los productos (Tabla 3), esto coincide con los resultados encontrados por Goicochea (2016) quien manifestó que el 90% de los representantes aseguran que para brinda un servicio de calidad utilizan la rapidez en la entrega de los productos. Esto demuestra que la mayoría de las representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, utilizan la rapidez en la entrega del producto para brindar un servicio de calidad.

Brinda una buena atención: El 73.40% de los representantes considera que brindan una buena atención (Tabla 3), esto coincide con los resultados encontrado por Ríos (2015) quien manifestó que el 50% de los representantes considera que brindan una buena atención, y Fernández (2017) quien nos menciona que el 50% de los representantes considera que brindan una buena atención. Esto demuestra que la mayoría de las representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, brindan una buena atención al cliente.

Considera que da una mala atención: El 93.40% de los representantes legales considera que están dando un buen servicio al cliente (Tabla 3), esto coincide con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien manifestó que el 80% de los representantes legales considera que están dando un buen servicio al cliente, y Fernández (2017) nos menciona que el 70% de los representantes legales están dando un buen servicio al cliente. Esto demuestra que la mayoría de las representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, considera que si brinda un servicio de calidad.

Resultados de una buena atención: El 53.4% de los representantes considera que ha logrado tener una fidelización de los clientes hacia su empresa (Tabla 3), esto coincide con los resultados encontrado por Ríos (2015) quien manifestó que el 90% de los representantes que con un trato considerable y amable se puede fidelizar al cliente. Esto demuestra que la mayoría de las representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del santa, se logró tener una fidelización de los clientes.

## **VI.CONCLUSIONES:**

- La mayoría de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida son gestionada por personas que tienen una edad de 18 a 30 años, son del género femenino, tienen grado de instrucción superior universitario, desempeñan el cargo de administradores y tienen de 0 a 3 años en el cargo.

- La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida tienen de 0 a 3 años de permanencia en el mercado, tienen de 1 a 5 colaboradores, las personas que trabajan en las empresas son personas no familiares, y tienen como objetivo generar ganancia.

- La totalidad de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro comida rápida considera que la gestión de calidad ayuda a contribuir el rendimiento del negocio, ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, conoce el término de atención al cliente. La mayoría de los representantes creen que es fundamental la atención al cliente y vienen utilizando las técnicas modernas de la gestión de calidad. Sin embargo, tienen dificultades con los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad, y están en constante medición del rendimiento del personal. Los representantes legales están aplicando la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, y vienen utilizando las herramientas de gestión de calidad con factores que ayudan a brindar un servicio de calidad, y consideran que su atención que brinda al cliente es buena y consideran que, si brindan una buena atención al cliente, han logrado resultado de fidelización a sus clientes.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones:**

- Seguir con sus estudios profesionalmente para tener un mejor enfoque y estrategia en la gestión administrativa del negocio. También es importante capacitarse en los nuevos cambios de hoy en día en el servicio de atención al cliente.
- Aumentar sus posibilidades de tener más personal con funciones que puedan ayudar a mejorar y a crecer el negocio teniendo un mejor servicio de calidad hacia el cliente.
- Capacitar a sus trabajadores en la semana para que se adapten al cambio de mejoras del negocio. Implementar test para sus colaboradores e ir evaluándolo y viendo el rendimiento dentro de la empresa. También por último se recomienda establecer un protocolo de atención personalizada que garantice más fidelización hacia el cliente y una mayor competitividad en el mercado.



## Referencias bibliográficas:

- Albújar, A. (2016). “La fidelización de clientes y su influencia en la mejora del posicionamiento de la botica “ISSAFARMA”, en la ciudad de Chepén”. Recuperado de: [http://www.dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8017/albujarzela\\_da\\_ana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8017/albujarzela_da_ana.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Aldea, H. (2013). “ *Generación mypes : un mundo de soluciones para que tu negocio siga creciendo, Perú* ”. Recuperado de: <http://chimbotenlinea.com/economia/24/07/2013/ancash-mypes-vendieron-125-millones-de-soles-al-estado-por-internet>
- Anticona, A. (2015). “ *Cultura organizacional y calidad de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes (cevicherías), Perú* ”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041272>
- Antúnez, L. (2017). “ *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016* ”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>
- Bazán, O. (2015). “Gestión de calidad y su relación con la satisfacción del usuario de la oficina desconcentrada del OSCE – Huaraz 2015”. Recuperado de: [http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2415/T033\\_454\\_30850\\_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2415/T033_454_30850_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Blanco, G. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid, ES: Macmillan Iberia, S.A. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10820815>

Bsigroup (2015). “*Gestión de calidad ISO 9001*”. Recuperado de: <https://www.bsigroup.com/es-ES/Gestion-de-Calidad-ISO-9001/>

Comex Perú (2017). “*situación de las mypes en 2017: Muchos retos en el camino*”. Recuperado de : <https://www.comexperu.org.pe/articulo/situacion-de-las-mype-en-2017-muchos-retos-en-el-camino>

Cuba, (2017). “*Las micro y pequeñas empresas en el Perú*”.

Congreso (2011). “*La gestión de la calidad. La calidad en la administración pública*”. Recuperado de : [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/41c859f33929c34605257be5007dd0da/\\$file/la\\_gesti%c3%93n\\_de\\_calidad-la\\_calidad\\_en\\_la\\_administraci%c3%93n\\_p%c3%9ablica.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/41c859f33929c34605257be5007dd0da/$file/la_gesti%c3%93n_de_calidad-la_calidad_en_la_administraci%c3%93n_p%c3%9ablica.pdf)

Diputacionalicante (2017). “*La gestión de la calidad en la administración publica*”. Recuperado de: <http://sede.diputacionalicante.es/documentos/EMERI/OposicionDipuSeguimiento/00073.pdf>

EUE (2017). “*Gestión de calidad*”. Recuperado de: <https://www.123aprende.com/2016/12/fundamentos-para-la-gestion-de-la-calidad/?c=2ae45b91bea2>

Fernández, L. (2017). “*Gestión de calidad y capacitación al personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro – restaurantes, sector central - La Esperanza, año 2016*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045553>

Franke, C. (2016). “*La calidad de servicio en los restaurantes presentes en la campaña de moche*”. Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/7983>

García, F. (2015). “*Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las Mypes del rubro restaurantes*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000040825>

Gestión (2017). “*Cliente se aleja de un servicio por mala atención*”. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918>

Goicochea, K. (2016). “*La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042202>

Huallpahuaque, G. (2015). “*Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039567>

- ISO 9001 (2015). “*Cuáles son los beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad*”. Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/03/beneficios-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Jáuregui, Y. (2017). “*Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043945>
- López, D. (2017). “*Calidad del servicio y satisfacción de los clientes del restaurante rachy’s de la ciudad de guayaquil*”, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Lozano, P. (2013). “*Problemas actuales de las Pymes en México*”. Recuperado de: <http://grupoonce.com/2013/05/03/problemas-actuales-de-las-pymes-en-mexico/>
- Luna, k. (2016). “*Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039880>
- Latindpartment (2017). “*La calidad de productos y la gestión de calidad en china – los posibles riesgos de empresas extranjeras*”. Recuperado de: <http://departamentolatino.com/la-calidad-de-productos-y-la-gestion-de-calidad-en-china/>

- Reyes, S. (2014). “*Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente asociación share, sede Huehuetenango*”. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Reyes-Sonia.pdf>
- Márquez, L. (2012). “*Propuesta de reducción del tiempo de atención al cliente en el servicio de farmacia de una clínica particular, Perú*”. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10757/314987>
- Martinez, E. (2014). “*Calidad de atención al cliente en las agencias de Chiclayo para una entidad de microfinanzas, pero*”. Recuperado de: <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/633>
- Miproopiaempresa.com (2016). “*constitución y formalización de tu empresa en el Perú*”. Recuperado de: <https://mep.pe/constitucion-y-formalizacion-de-tu-empresa-en-el-peru/>
- Mirko, J. (2016). “*Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector restaurantes turísticos del distrito de Iquitos, año 2016*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043550>
- Mundo mypes (2016). “*Perú tiene oportunidades infinitas para mejorar sus organizaciones*”. Recuperado de: <http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=1972>
- Nozaki, S. (2017). “*La excelencia del servicio al cliente, Japón*”. Recuperado: <https://internationalpress.jp/2017/06/20/la-excelencia-del-servicio-al-cliente-japon-los-japoneses-mas-exigentes-los-demas/>

- Obando, L. (2016). *“Caracterización de la capacitación de personal en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes de un tenedor, Perú”*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000040233>
- Peralta, M. (2017). *“Tipos de clientes según sus características”*. Recuperado de: <http://www.pymerang.com/emprender/que-necesito-para-iniciar-un-negocio/informacion-valida/clientes-potenciales/494-como-tratar-con-los-clientes-segun-sus-caracteristicas>
- Ríos, M. (2015). *“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”*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037587>
- Rodríguez, A. (2014). *“Un buen servicio al cliente, basado en el éxito comercial, Colombia”*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/tendencias/buen-servicio-cliente-base-exito-comercial-54830>
- Rubio, R. (2016). *“La gestión de calidad, relacionado con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la clínica Robles S.A.C, Perú”*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042512>
- Sanchez, E. (2017). *“Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de gualan, zacapa.”*. Recuperado de: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

Sanchez, J. (2014). “ las mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria”.

Recuperado de:

[https://www.researchgate.net/publication/319655425\\_las\\_mypes\\_en\\_peru\\_su\\_importancia\\_y\\_propuesta\\_tributaria](https://www.researchgate.net/publication/319655425_las_mypes_en_peru_su_importancia_y_propuesta_tributaria)

Sunat (2017). “*La ley 30056 de las micro y pequeñas empresas*”. Recuperado de:

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/dl-1086.pdf>

Tamara, J. (2017). “*Gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de materiales de construcción, artículos de ferretería y a fontanería en el jirón Manuel Ruiz distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2017*”.

Tamara, P. (2016). “*La gestión de calidad bajo el modelo de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector industrial*”.

Tuesta, T. (2017). “*La mejora de atención al cliente en el banco de la nación, Perú*”.

Recuperado de:

<http://repositorio.autonomaedica.edu.pe/handle/autonomaedica/196>

Zelada, L. (2016). “*Atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Ferretería Solano, Perú*”. Recuperado de:

<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/5296>

**Anexo 1**

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2017				Año 2018								Año 2019			
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x	x														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación			x	x												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación					x											
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación					x											
5	Mejora del marco teórico y metodológico					x	x	x	x								
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									x	x	x					
7	Elaboración del consentimiento informado										x	x					
8	Recolección de datos										x	x					
9	Presentación de resultados											x	X				
10	Análisis e interpretación de los resultados											x	X				
11	Redacción del informe preliminar												X	x	X		
12	Revisión del informe final de la													x	x		



	tesis por el jurado de Investigación																
<b>13</b>	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación															<b>X</b>	<b>x</b>
<b>14</b>	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															<b>X</b>	<b>x</b>
<b>15</b>	Redacción de artículo científico																<b>x</b>

Anexo 2

**PRESUPUESTO**

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Categorías</b>	<b>Base</b>	<b>% Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	20.00	3	60.00
• Fotocopias	10.00	2	20.00
• Empastado	25.00	1	25.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	10.00	2	20.00
• Lapiceros	2.00	3	6.00
<b>Servicios</b>			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	12.00	4	48.00
<b>Sub total</b>			
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			279
<b>Presupuesto no desembolsable(Universidad)</b>			
<b>Categorías</b>	<b>Base</b>	<b>Número%</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	1	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			<b>400.00</b>
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total presupuesto no de desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			1.956.00

### Anexo 3

#### CUADRO DE SONDEO

##### Lista de empresas encuestadas:

N°	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE
1	Fuente de soda la provisión	Urb. Nicolas Garatea Mz 13 Lt24	Illachica Azaña Carlos Augusto
2	Los maracuchos	urb. José Carlos Mariátegui h3 8	Rojas Pachano José Gregorio
3	Fuente de soda - "Food Party"	Urb. Buenos aires II etapa Mz d1 Lt 07	Ángeles Gonzales Jean Paul
4	Fuente de soda coco shake	Urb. Los héroes Mz h2 Lt 01	Agurto Ramos Isabel
5	Fuente de sida "ticos burger"	Urb. Nicolas Garatea Mz. c - Lt19	Cesar Guido Linares Llosa
6	Dorri's Fast Food	Urb. Santa Cristina Mz. 04 Lt. 11	Requena Herrera Carlos Enrique
7	Fuente de soda "Betzi"	Urb. José Carlos Mariátegui r3 Lt07	Calderón Orbegozo Judith Joca Beth
8	Fuente de Soda "Encuentros"	Urb. Miguel Grau Mz. y Lt. 17	Failoc Farro Damaris Jane
9	Fuente de Soda D'Gustos	Urb. Miguel Grau W Lt 22	Neira Turuco Judith Viviana
10	Urb. Santa Rosa Mz J Lt 22	Fuente de Soda "El Sanguchón"	Bazán Bazán Melina Elizabeth
11	Fuente de Soda al Paso	Urb. Bellamar Mz b-5 Lt 08	Vásquez Mendo De Beltrán Margarita María
12	Fuente de Soda Burguer Nich	Urb. Bruces Mz s Lt 46	Tapia Saldaña Yanina Lizbeth
13	Fuente de Soda "Pruébalo ya"	Urb. Casuarinas Mz P1 Lt 31	Boza Effio Gisella Victoria
14	Fuente de Soda "Peruvian Burger"	Urb. El Pacifico Mz B2 Lt 19	Rosas Cisneros Cindy Lisbeth
15	Fuente de Soda "Sándwich y café punto de encuentro"	Urb. El Pacifico Mz M2 Lt 14	Crocce Manrique María Erika

## Anexo 4

### CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: La Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017

Para obtener el grado académico de bachillerato en ciencias administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I. GENERALIDADES**

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

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

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

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

- a) Masculino
- b) Femenino

**3. Grado de instrucción**

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

**4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

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

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

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

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

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

**7. Número de Trabajadores**

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

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

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

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

### **2.1.GESTIÓN DE CALIDAD**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

- a) No tiene suficiente personal.
- b) Por una mala organización de los trabajadores.
- c) Si brindan una buena atención al cliente.

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

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



Anexo 5

FIGURAS

**Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017**

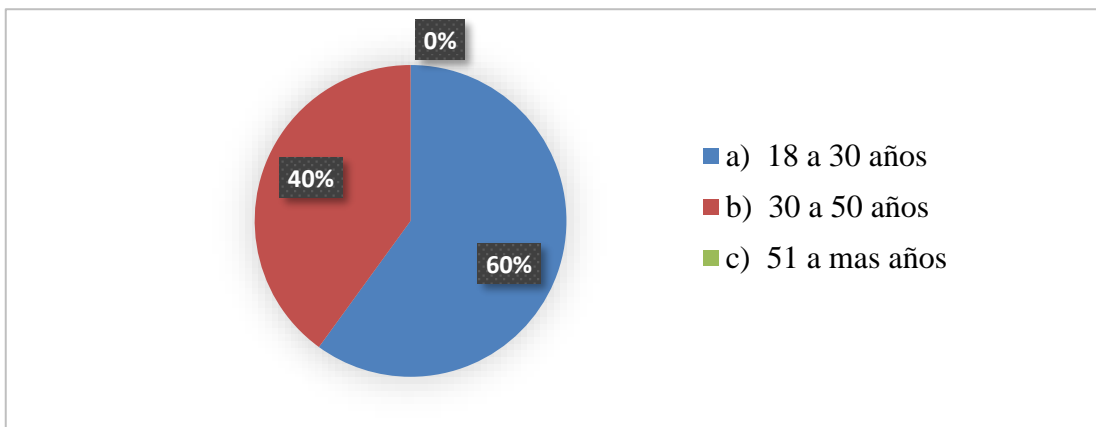


Figura 1. Edad del representante legal

Fuente. Tabla 1

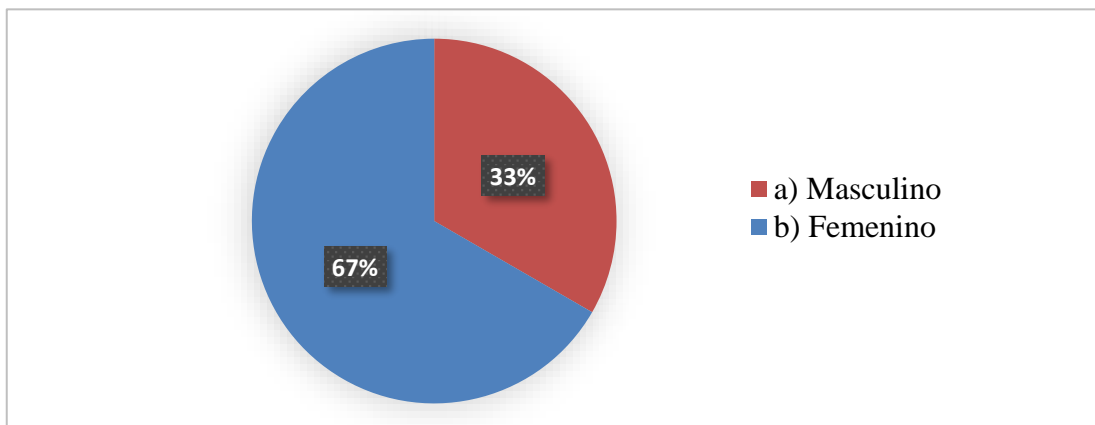


Figura 2. Genero del representante legal

Fuente. Tabla 1

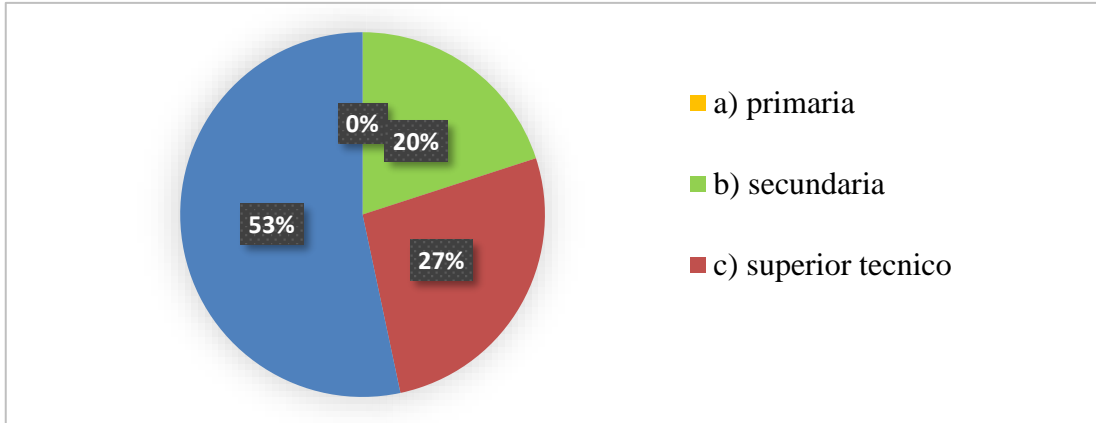


Figura 3. Grado de instrucción del representante legal

Fuente. Tabla 1

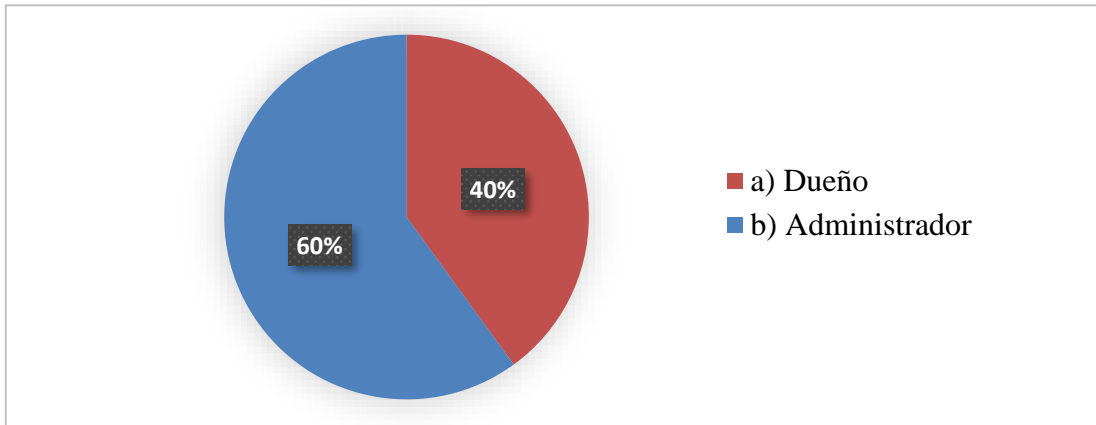


Figura 4. Cargo que desempeña el representante legal

Fuente. Tabla 1

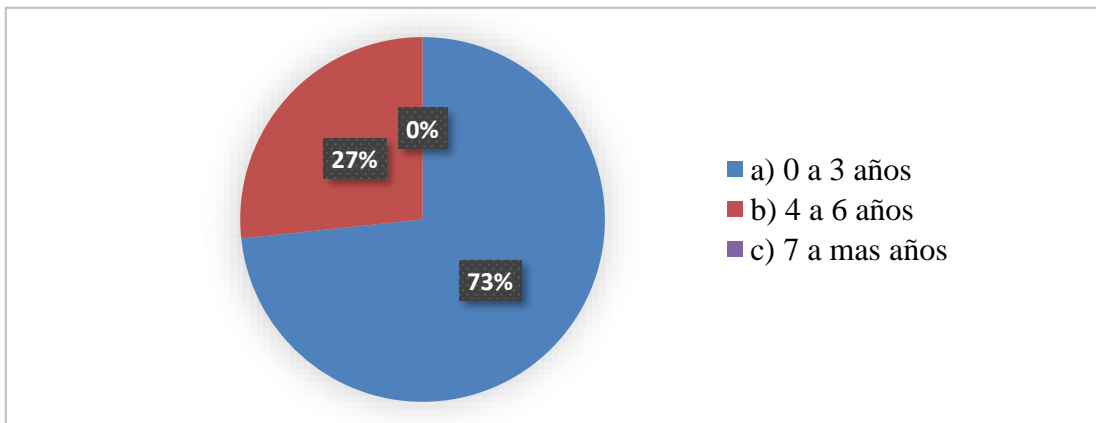


Figura 5. Tiempo que desempeña el representante legal de la Mype

Fuente. Tabla 1

**Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro - comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017**

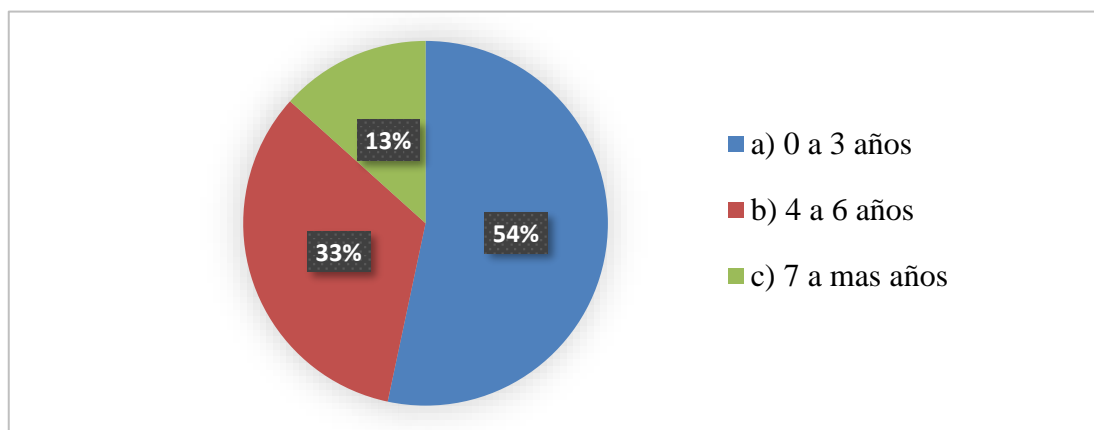


Figura 6. Tiempo que desempeña la Mype

Fuente. Tabla 2

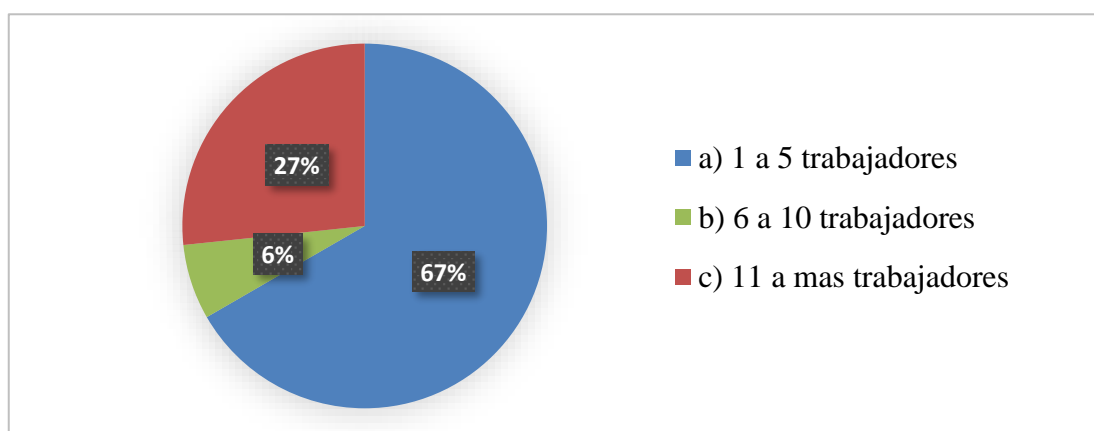


Figura 7. Número de Trabajadores de la Mype

Fuente. Tabla 2

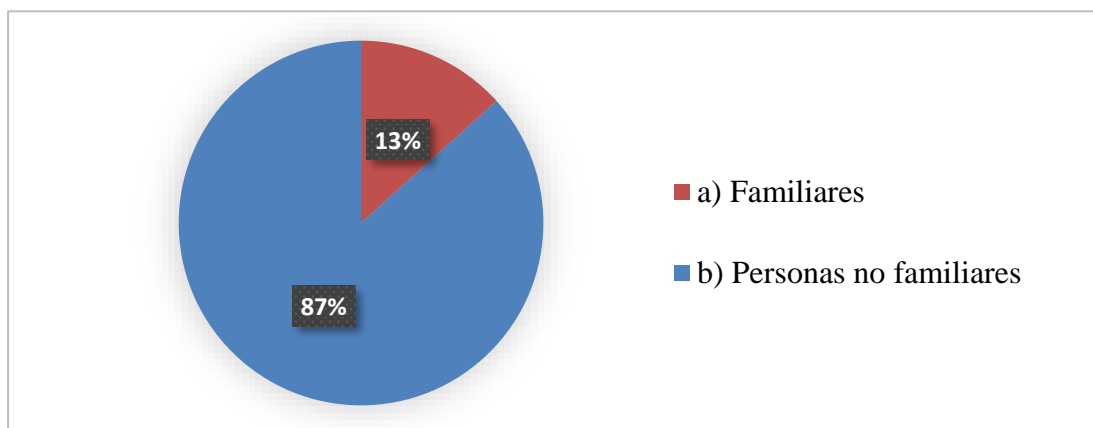


Figura 8. Personas que trabajan en la Mype

Fuente. Tabla 2

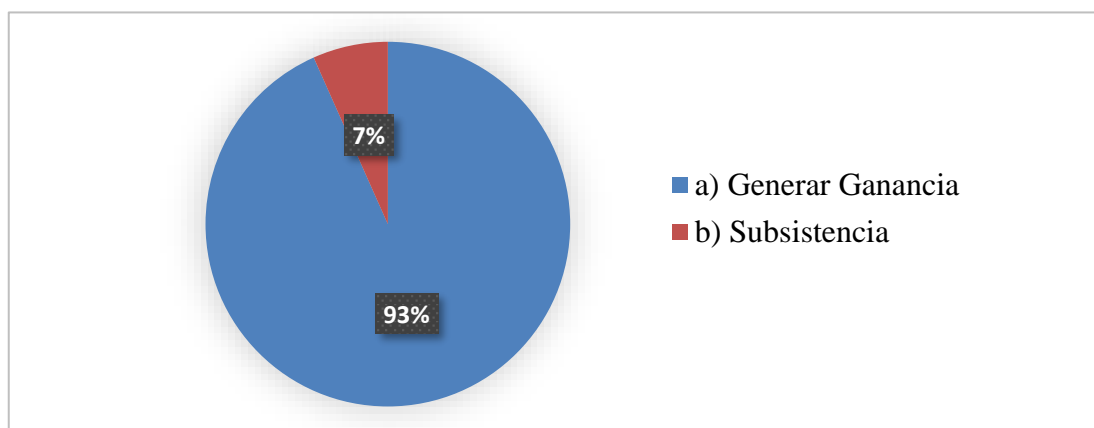


Figura 9. Objetivo de la creación de la Mype

Fuente. Tabla 2

**Características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro comida rápida del distrito de Nuevo Chimbote de la provincia del Santa, año 2017**

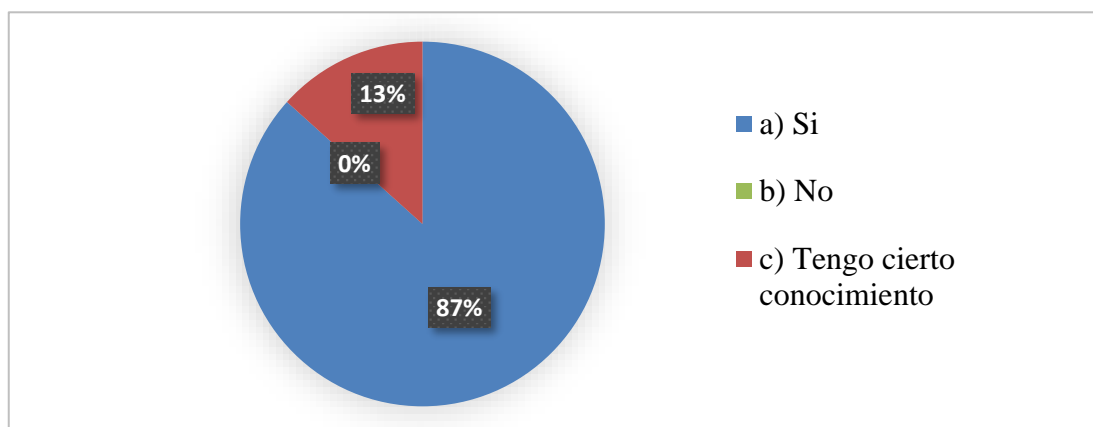


Figura 10. Conoce la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

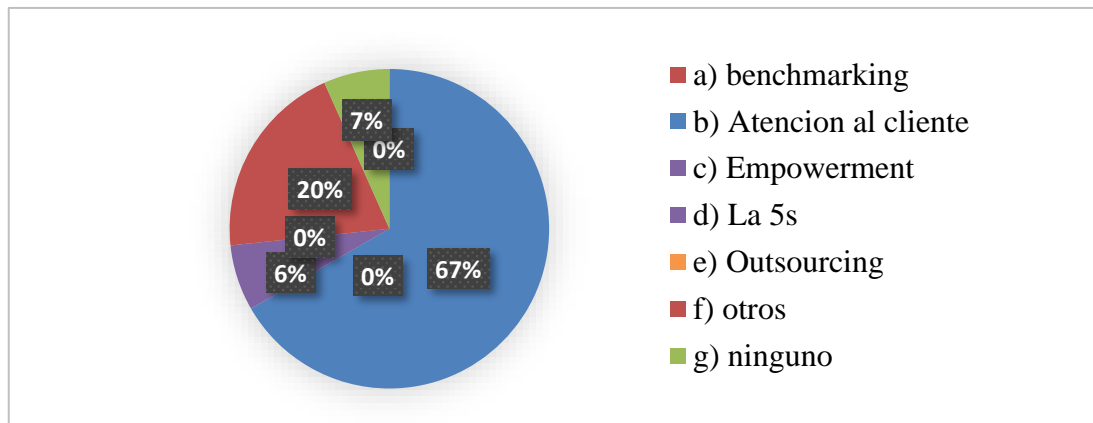


Figura 11. Técnicas de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

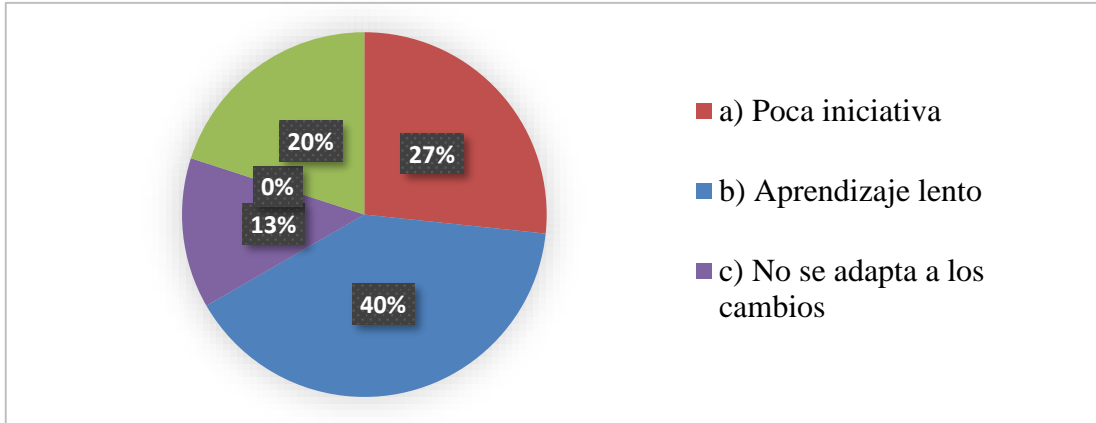


Figura 12. Dificultades de los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

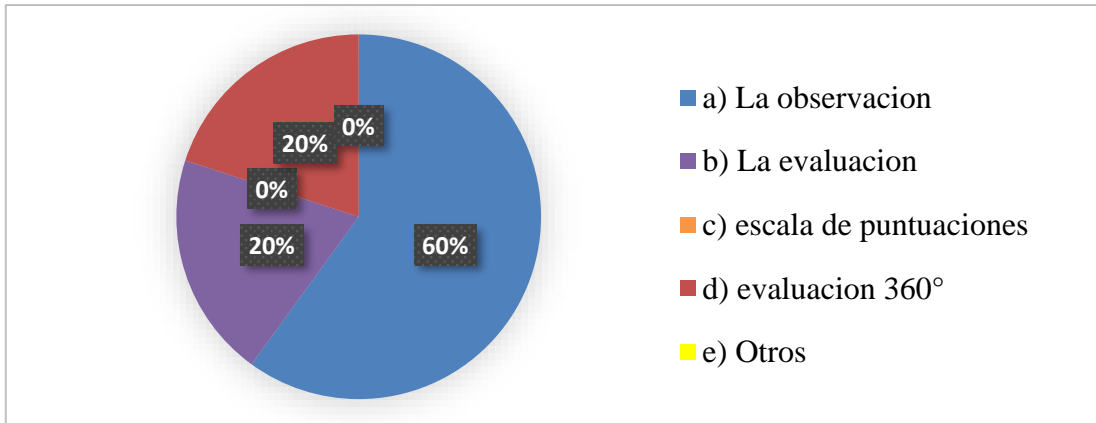


Figura 13. Técnica para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 3

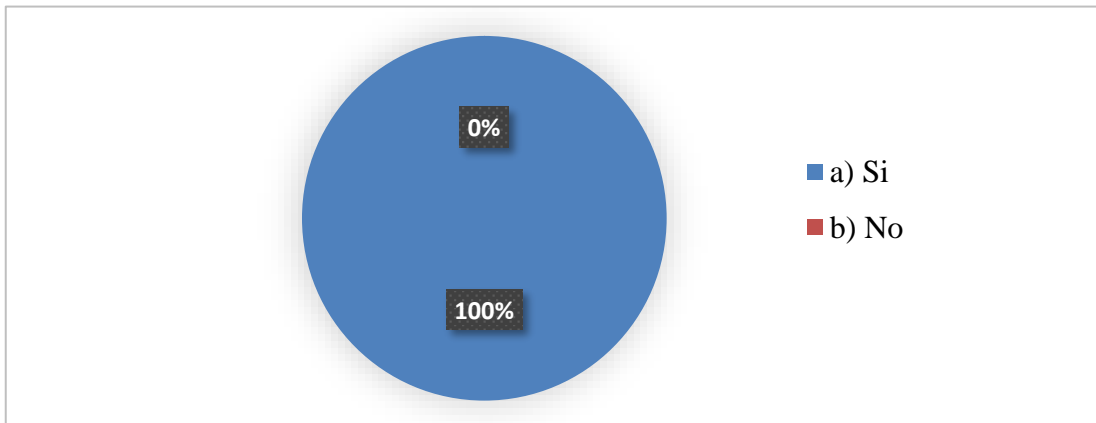


Figura 14. Contribuye la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

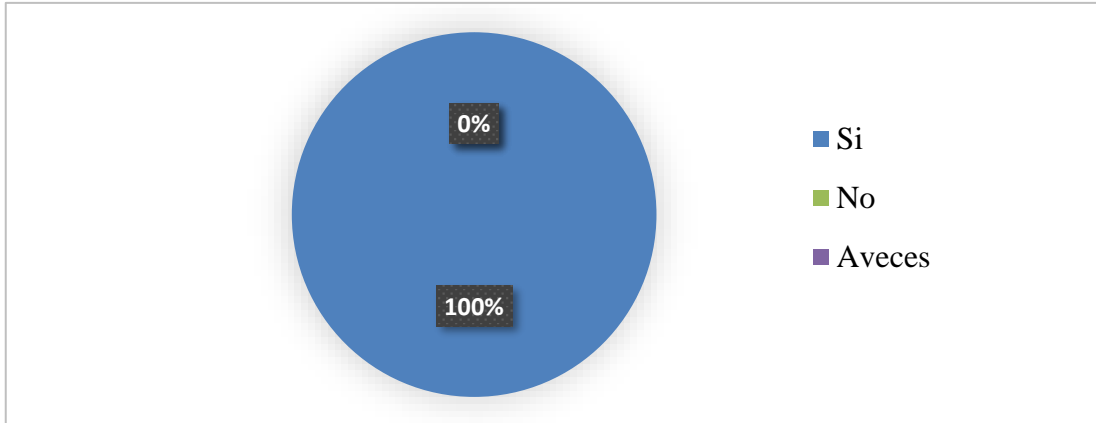


Figura 15. Gestión de calidad ayuda a lograr los objetivos y metas

Fuente. Tabla 3

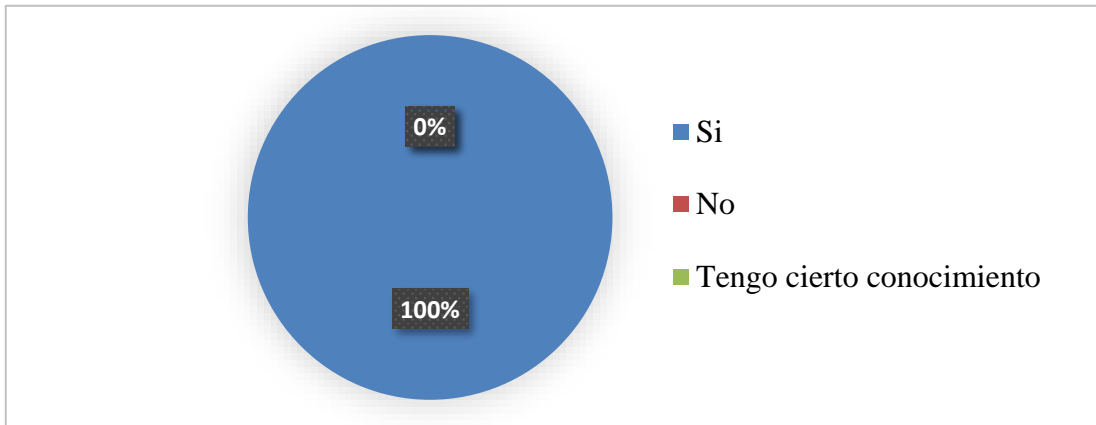


Figura 16. Conoce el Termino de Atención al Cliente

Fuente. Tabla 3

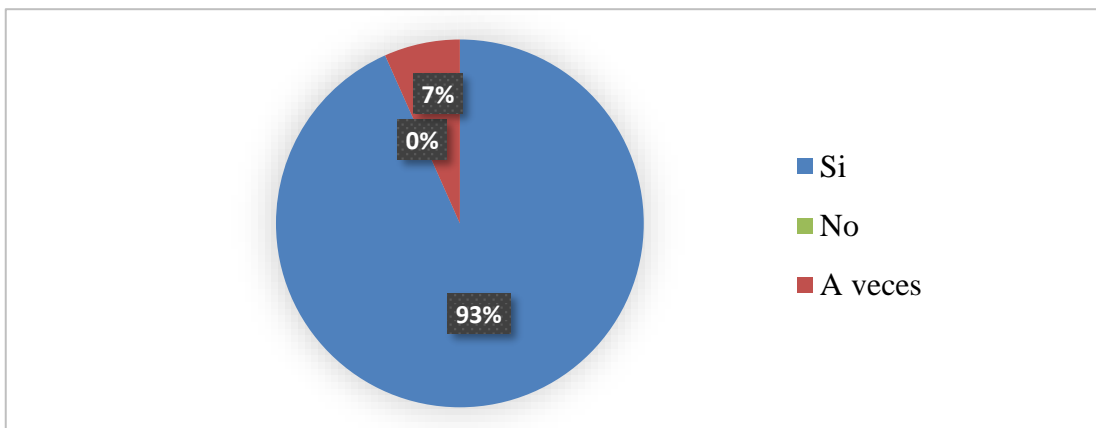


Figura 17. Aplica Gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

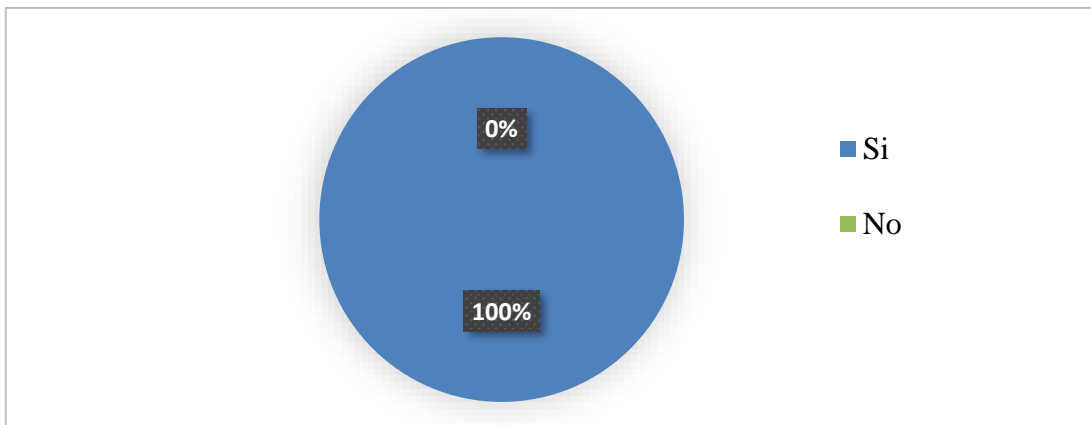


Figura 18. La atención al cliente es fundamental para las Mypes

Fuente. Tabla 3

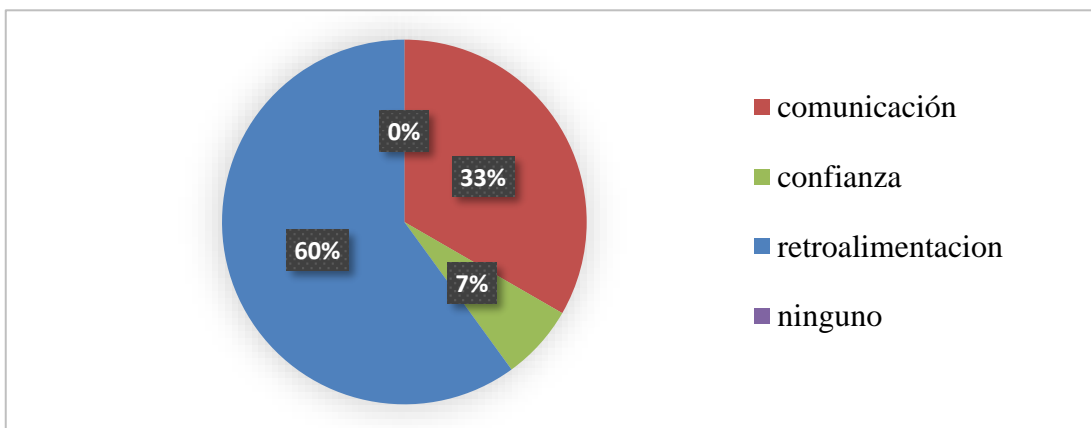


Figura 19. Herramientas que utilizan las Mypes

Fuente. Tabla 3

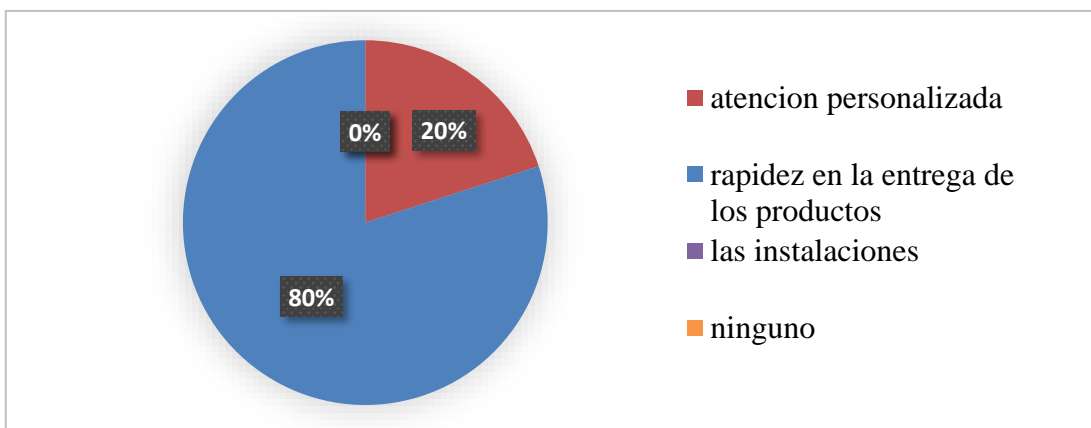


Figura 20. Principales factores que utilizan las Mypes

Fuente. Tabla 3



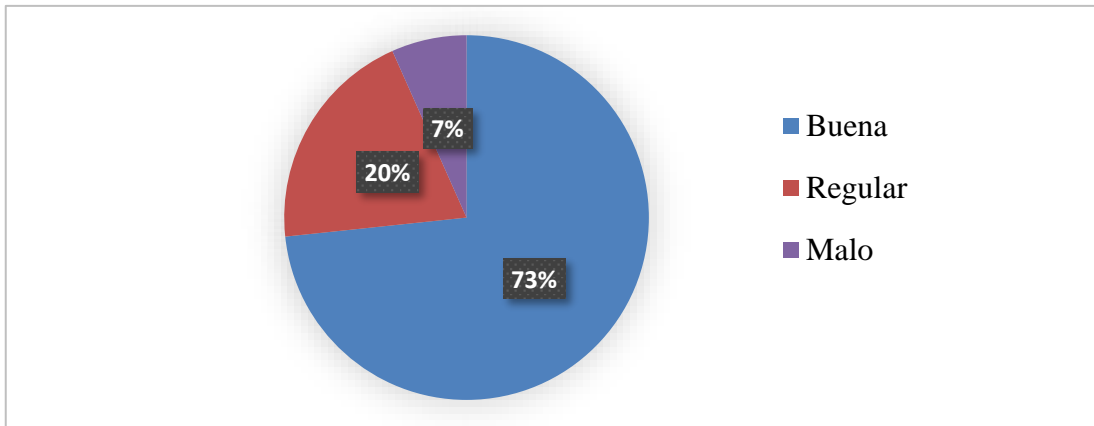


Figura 21. Atención que brinda a los clientes

Fuente. Tabla 3

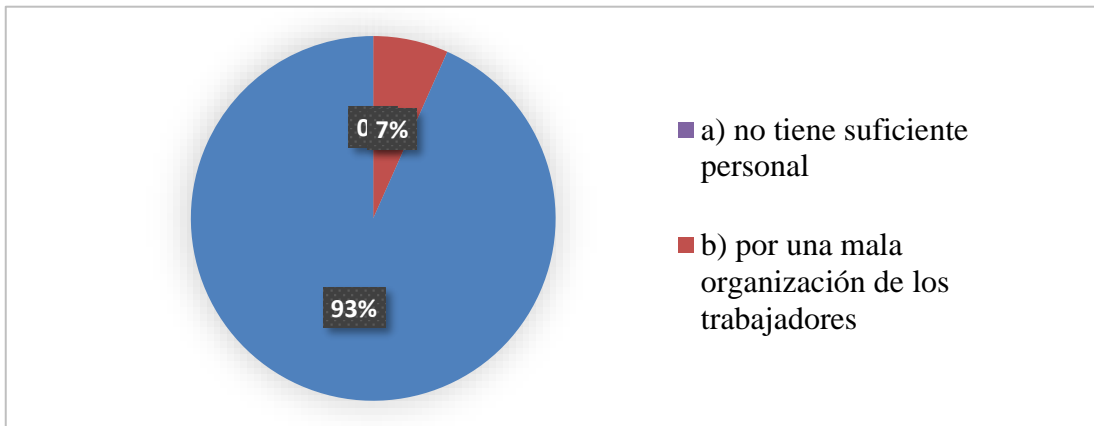


Figura 22. Considera que está dando una mala atención al cliente

Fuente. Tabla 3

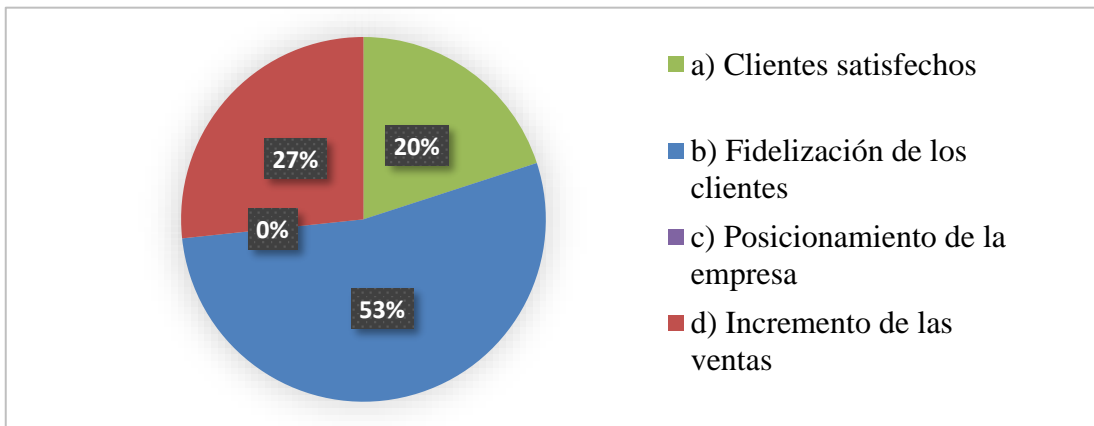


Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente

Fuente. Tabla 3