



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE, EN LAS MYPES DEL
SECTOR SERVICIOS, RUBRO DE RESTAURANTES
CATEGORÍA UN TENEDOR, DISTRITO DE CALLERÍA,
AÑO 2017**

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

AUTORA:

**MORI PANDURO, CARMEN ROSA FLOR
ORCID: 0000-0001-7652-3033**

ASESORA:

**Mgr. SANTILLÁN TUESTA, MILAGROS MERCEDES
ORCID ID: 0000-0002-0383-3484**

PUCALLPA –PERÚ

2019

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor, distrito de Callería, año 2017.

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Roger Lozano Ruíz

ORCID ID: 0000-0002-8007-0265

Secretario

Mgtr. Marleni Felícita Saenz Villaverde

ORCID ID: 0000-0001-9818-7130

Miembro

Mgtr. José Luís Meza Salinas

ORCID ID: 0000-0003-2735-8259

Docente Asesor Revisor

Mgtr. Milagros Mercedes Santillán Tuesta

ORCID ID: 0000-0002-0383-3484

Docente Tutor Investigador

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme vida y salud, a mis profesores y compañeros, porque durante toda esta etapa de mi vida cada uno de ellos estuvo presente apoyándome en conocimiento y experiencia.

DEDICATORIA

A mis padres por cuidarme y guiarme, quienes desde pequeña me inculcaron a forjar siempre un futuro exitoso y sé que desde allá arriba están guiándome, desde la Gloria del señor Dios.

A mi hermana, quien a pesar de la distancia siempre me hace recordar su amor y que tengo que cumplir mis metas, y cada paso de mi vida.

A mi esposo y mi hija por estar a mi lado en cada paso, por apoyarme siempre en cada objetivo.

RESUMEN

El informe final de investigación tuvo por objetivo determinar la “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor, del distrito de Callería, año 2017”. Esta investigación se origina al identificar como problemática la débil gestión de las mypes, el cual se produce por el desconocimiento de sus propietarios respecto a buenas prácticas en gerencia, situación que limita promover una cultura de servicio que muy bien contribuiría positivamente en la imagen del negocio y posicionarse consistentemente en el mercado. En consecuencia, el investigador se planteó el siguiente problema ¿cuál es la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor? En el desarrollo se empleó la metodología de investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental y descriptiva. Para el trabajo de campo se utilizó un cuestionario compuesto por 22 preguntas. Como resultados de la investigación, se evidencia que existen niveles de servicio que el cliente toma en cuenta al asistir a un restaurante, como por ejemplo: el servicio, la higiene, el sabor, etc. Por este motivo, las mypes del rubro restaurantes categoría un tenedor, deberían practicar el hábito de recoger las sugerencias y reclamos de sus clientes, para tomar conocimiento que aspectos brindan más valor y elaborar un plan de acción para su atención.

Palabras clave: atención al cliente, mypes, restaurante, servicio.

ABSTRACT

The objective of the final research report was to determine "Management under the customer service approach, in the mypes of the service sector, category one fork category restaurants, from the Callería district, 2017". This research originates by identifying as problematic the weak management of the mypes, which is caused by the ignorance of their owners regarding good management practices, a situation that limits the promotion of a service culture that would very positively contribute to the image of the business, and position yourself consistently in the market. Consequently, the researcher raised the following problem: what is the influence of quality management under the focus of customer service in the mypes of the services sector, category restaurants a fork? In the development, the research methodology of the quantitative type was used, descriptive level, non-experimental and descriptive design. For the fieldwork a questionnaire composed of 22 questions was used. As results of the investigation, it is evident that there are service levels that the client takes into account when attending a restaurant, such as: service, hygiene, taste, etc. For this reason, the mypes of the restaurant category a fork, should practice the habit of collecting the suggestions and claims of their customers, to take knowledge that aspects provide more value and develop a plan of action for their attention.

Keywords: customer service, mypes, restaurant, service.

ÍNDICE GENERAL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	ii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO II. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	3
2.1 Planteamiento de la investigación	3
2.1.1 Caracterización del Problema	4
2.1.2 Enunciado del Problema:	4
2.2 Objetivo de la investigación.....	4
2.2.1 Objetivo General	4
2.2.2 Objetivos Específicos.....	5
2.3 Justificación de la investigación	5
CAPÍTULO III. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
3.1 Antecedentes de la investigación	6
3.1.1 Antecedentes internacionales	6
3.1.2 Antecedentes nacionales	9
3.1.3 Antecedentes Regionales.....	11
3.2 Bases Teóricas de la Investigación	12
3.2.1 Sistema de Gestión de Calidad	12
3.2.2 Calidad	12
3.2.3 Calidad de Servicio.....	12

3.2.4	Modelos de Calidad de Servicio	14
3.2.4.1	Definición del Cliente	15
3.3	Marco conceptual	15
3.3.1	La micro y pequeña empresa.....	15
CAPÍTULO IV. HIPÓTESIS.....		17
4.1	Hipótesis General	17
4.2	Hipótesis específicas	17
CAPÍTULO V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		18
5.1	Diseño de investigación	18
5.1.1	Tipo de investigación.....	19
5.1.2	Nivel de investigación.....	19
5.2	Población y Muestra.....	19
5.2.1	Población.....	19
5.2.2	Muestra	20
5.3	Definición y Operacionalización de variables e indicadores	22
5.4	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	24
5.4.1	Técnicas.....	24
5.4.2	Instrumentos.....	24
5.5	Plan de análisis de datos.....	24
5.6	Matriz de Consistencia.....	25
5.7	Principios éticos	29
CAPÍTULO VI. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN		29
6.1	Resultados	30
A:	Respecto a la gestión de la mype	30
B:	Respecto a la atención al cliente	40
6.2	Análisis de resultados.....	53
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		57
7.1	Conclusiones de la investigación	57

7.2 Recomendaciones	57
ANEXOS	62
1. Presupuesto	62
2. Cronograma de Actividades	63
3. Matriz de elaboración de instrumento para las variables	64
4 Matriz de validación	67
5. Encuesta	71
6. Turnitin	75
7. Artículo Científico	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	22
Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación.....	24
Tabla 3: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	28
Tabla 4: ¿Aplicas normas de calidad que te permita mejorar tu negocio?.....	29
Tabla 5: ¿La administración aplica técnicas de gestión administrativa?.....	30
Tabla 6: ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?.....	31
Tabla 7: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?.....	32
Tabla 8: ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?.....	33
Tabla 9: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?.....	34
Tabla 10: ¿Su empresa ha definido su misión y visión?.....	35
Tabla 11: ¿A qué plazo está programada su visión?.....	36
Tabla 12: ¿Aplica su misión dentro de su Restaurante?.....	37
Tabla 13: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?.....	38

Tabla 14: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?	39
Tabla 15: ¿Cuáles son los niveles de servicio que el cliente toma en cuenta para asistir a su restaurante, tomando como ejemplo la higiene, servicio, sabor, etc.?	40
Tabla 16: ¿Está satisfecho con la gestión realizada en su plan de servicio?.....	41
Tabla 17: ¿Cree que la capacitación al personal muestra claro interés en que no se produzcan errores en los servicios de atención al cliente?	42
Tabla 18: ¿La calidad del servicio transmite confianza y seguridad a sus clientes? .	43
Tabla 19: ¿Se encuentra satisfecho con la atención que brinda su personal a los clientes?	44
Tabla 20: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?.....	45
Tabla 21: ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?.....	46
Tabla 22: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?.....	47
Tabla 23: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?	48
Tabla 24: ¿El tiempo de atención a sus clientes ha satisfecho sus expectativas?	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?	28
Figura 2: ¿Aplicas normas de calidad que te permita mejorar tu negocio?	29
Figura 3: ¿La administración aplica técnicas de gestión administrativa?	30
Figura 4: ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?	31
Figura 5: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?.....	32
Figura 6: ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?	33
Figura 7: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?	34
Figura 8: ¿Su empresa ha definido su misión y visión?	35
Figura 9: ¿A qué plazo está programada su visión?	36
Figura 10: ¿Aplica su misión dentro de su Restaurante?	37
Figura 11: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?	38
Figura 12: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?	39
Figura 13: ¿Cuáles son los niveles de servicio que el cliente toma en cuenta para asistir a su restaurante, tomando como ejemplo la higiene, servicio, sabor, etc.?	40
Figura 14: ¿Está satisfecho con la gestión realizada en su plan de servicio?	41
Figura 15: ¿Cree que la capacitación al personal muestra claro interés en que no se produzcan errores en los servicios de atención al cliente?	42
Figura 16: ¿La calidad del servicio transmite confianza y seguridad a sus clientes?	43
Figura 17: ¿Se encuentra satisfecho con la atención que brinda su personal a los clientes?	44
Figura 18: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?	45
Figura 19: ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?	46
Figura 20: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?	47

Figura 21: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?	48
Figura 22: ¿El tiempo de atención a sus clientes ha satisfecho sus expectativas?	49

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado como el de ahora de grandes cambios e innovación, que permite impulsar la inversión y la mejora productiva para el desarrollo con la formalización y generación de más puestos de trabajo para la población y el país en conjunto.

A esto se debe la gestión de calidad en la atención al cliente en el servicio, de restaurantes categoría un tenedor, distrito Callería año 2017. Se muestra como uno de los ejemplos de los trazados en el conocimiento de la productividad de las mypes por sobresalir y mejorar con estrategias e innovación para lograr objetivos en dirección al éxito y la satisfacción del cliente o público consumidor con una buena atención, asegurando su calidad de trabajo y esfuerzo. Una buena gestión te genera una adecuada competitividad para asegurar un pleno desarrollo empresarial generando estrategias de permanencia y buen desarrollo laboral en base a las buenas prácticas y servicios brindados al cliente.

Bajo este marco, nos interesó atender como tema la gestión en los restaurantes categoría un tenedor del distrito de Callería, que son negocios con los que tenemos contacto a diario y nos satisfacen con el almuerzo tan importante para seguir trabajando, pero que esperamos se integren a la filosofía de la innovación, oportunidad y crecimiento de calidad en el servicio de atención, donde ciertamente hay mucho trabajo por hacer.

Asimismo, esta investigación se centró en la utilidad de las mypes sector servicios en diseñar y trazar estrategias de innovación en atención al cliente y la

implantación de nuevos estándares despertando el interés tanto de los clientes como de la competencia en el distrito de Callería - Pucallpa para el fortalecimiento y crecimiento de las mypes. El mismo gobierno promueve a la gestión del buen servicio y la formalización con la promulgación de leyes y conseguir el éxito con un cliente satisfecho y un país que progresa.

Como justificación bajo los principios de conveniencia, servirá para enfatizar la importancia de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes, la relevancia social; permitirá generar conciencia a los microempresarios y colaboradores sobre la importancia del valor social de trabajar en equipo, pues mejora la productividad y rentabilidad en beneficio de las familias y población, las implicancias prácticas, contribuirá a introducir el concepto de atención al cliente; Finalmente, como plan de mejora y dentro de las estrategias de atención al cliente, se sigue de cerca la retroalimentación que representa la atención a las quejas y reclamos de los clientes, convirtiéndolas en oportunidades de mejora.

La metodología de investigación que empleó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental y descriptiva.

Considerando como principales resultados podemos deducir que nuestro objetivo se relaciona con la Tabla 6 ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?

En el trabajo de campo se encuestaron a 15 propietarios de las cuales del 73.33% (11) indica que su plan de calidad si cumple con sus expectativas y que del 26.67% (4) no. Este resultado constituye una fortaleza, porque los empresarios si hacen uso de herramientas de mejora continua y los proyecta a lograr mejores resultados.

Asimismo, su importancia se refuerza con la tesis de **Aguilar R. (2016)** en su investigación “Gerencia estratégica para la Pequeña y mediana empresa en la ciudad de Iquitos 2016”, donde contrariamente a lo esperado, halló que las pymes de Iquitos no aplican la gerencia estratégica y muchas veces por no capacitarse lo que produjo que estas empresas no produzcan ni vendan como se esperaba.

Como principal conclusión, se determina que la gestión que se realiza en las mypes brinda el soporte para aplicar estrategias enfocadas en el cliente con el interés de lograr su fidelización.

Las mypes efectivamente se conducen con un plan de calidad y han logrado en su mayoría estandarizar sus procesos clave.

También tienen misión y visión con enfoque en el cliente.

La gerencia promueve la capacitación de su personal, porque conoce que el cliente valora un nivel de servicio alto.

Dentro de las estrategias de atención al cliente, se sigue de cerca la retroalimentación que representa la atención a las quejas y reclamos de los clientes, convirtiéndolas en oportunidades de mejora.

CAPITULO II. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Planteamiento de la investigación

La investigación que se desarrolla se inspira en las mypes de servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor, del distrito Callería, año 2017, porque son negocios que reciben a diario a innumerables clientes para satisfacer la necesidad de la principal

comida del día que el almuerzo y donde se evidencia que la filosofía de la mejora continua es poco conocida por algunos propietarios o dueños.

2.1.1 Caracterización del Problema

Los restaurantes son negocios que tienen características muy distintivas y que también debido a su variedad, las autoridades han considerado categorizarlas para ordenarlas según su especialidad y promover la mejora de sus servicios.

En el distrito de Callería, contamos con restaurantes de hasta tres tenedores, sin embargo, nuestra investigación sobre gestión de calidad con enfoque en atención al cliente, serán los restaurantes categoría un tenedor, que también son conocidos como los más económicos, de alta rotación y sin más servicios que el propio menú, pero que la calidad también debería estar presente y sobre todo brindando un buen servicio.

Este desconocimiento en sus propietarios respecto a buenas prácticas en gerencia, tampoco permiten promover una cultura de servicio que bien contribuiría positivamente en la imagen del negocio y posicionarse consistentemente en el mercado.

Ante tal situación surge la interrogante:

2.1.2 Enunciado del Problema:

¿Cuál es la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor año 2017?

2.2 Objetivo de la investigación

2.2.1 Objetivo General

Como objetivo de la investigación nos formulamos, determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor año 2017.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar si las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor cuenta con un plan de calidad.
- Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor utilizan procesos estandarizados.
- Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor, cuenta con su misión, visión y valores en la atención al cliente.
- Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio.
- Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor están capacitados en atención de quejas y sugerencias para una mejor calidad de servicio.

2.3 Justificación de la investigación

Como justificación bajo los principios de conveniencia, este informe es importante porque servirá para enfatizar la importancia de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes.

Con respecto a la relevancia social, permitirá generar conciencia a los microempresarios y colaboradores sobre la importancia del valor social de trabajar en equipo, pues mejora la productividad y rentabilidad en beneficio de las familias y población.

Con respecto a las implicancias prácticas, contribuirá a introducir el concepto de atención al cliente; también nos sirve para profundizar y conocer más con respecto en atención al cliente.

Como conclusión, destacamos las principales como que se determina que la

gestión que se realiza en las mypes brinda el soporte para aplicar estrategias enfocadas en el cliente con el interés de lograr su fidelización. También, que la gerencia promueve la capacitación de su personal, porque conoce que el cliente valora un nivel de servicio alto.

Finalmente, como plan de mejora y dentro de las estrategias de atención al cliente, se sigue de cerca la retroalimentación que representa la atención a las quejas y reclamos de los clientes, convirtiéndolas en oportunidades de mejora.

CAPÍTULO III. REVISIÓN DE LITERATURA

A nivel mundial, la atención al cliente es una de las variables que, hoy en día, presenta importancia en la formulación de las estrategias de marketing en las empresas y, al ofrecerla, proporciona una ventaja competitiva (Kotler & Keller, 2006) o puede ser utilizada como una herramienta para mantener una relación de largo plazo con el cliente (Barroso & Martín, 1999a).

En el presente capítulo se mostrarán los conceptos que se necesitan para desarrollar, y comprender para nuestro estudio.

3.1 Antecedentes de la investigación

3.1.1 Antecedentes internacionales

Jiménez, G. D. (2016). Tesis: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de distribución de Morteros industrializados y materiales de construcción en la ciudad de Cuenca”, para optar el título profesional de Ingeniero Comercial, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil; cuyo objetivo general es determinar

la factibilidad para la creación de una empresa de distribución de morteros industrializados y materiales de construcción en la ciudad de Cuenca. La metodología que se utilizó fue la investigación deductiva, inductiva, analítica y sintética. Según las Conclusiones, se analizó la problemática del sector en estudio y se determinó que es muy importante la creación de una empresa de distribución de morteros industrializados y materiales de construcción en el mercado de la ciudad de Cuenca, ya que para el constructor será interesante saber que existe materiales de muy buena calidad como son los morteros industrializados, sobre todo que esta empresa da facilidades de compra y venta en cualquier producto que se pueda ofrecer. Asimismo, este proyecto podrá ser posible gracias al gran interés que tiene los ciudadanos y los constructores por contar con nuestros servicios y materiales de construcción de buena calidad. Por otro lado, los resultados de este estudio de factibilidad fueron positivos, en gran parte por la buena aceptación de los habitantes de esta ciudad, ya que vieron que los productos que se ofrece son de calidad y que existe una tasa de descuento de un 14,76% de cualquier producto que quieran comprar.

Fuentes, C. E. (2006). Tesis: “Materiales de Construcción en Guatemala y su Aplicación actual”, para optar el título profesional de Ingeniero Civil, Universidad de San Carlos de Guatemala. Objetivos, aportar un conocimiento integral de las propiedades y características de materiales utilizados en la construcción. En metodología, se utilizó el tipo de investigación descriptiva. Sus conclusiones, señalan que las empresas de materiales de construcción en Guatemala tienen ciertas propiedades que harán realidad la aplicación considerando la situación actual, estos materiales de construcción sirven mucho en nuestro país ya que posee ciertas características como es: el área geográfica de las obras, la región y la cultura, por ese motivo es que las obras

realizadas en este país son bien visto. Por lo tanto, esta aplicación que se utilizará en los materiales de construcción servirá para saber qué tipo de material se puede aplicar en cada construcción, si tiene la resistencia necesaria para hacerla. Por otro lado, otra característica para utilizar la aplicación es buscar que la resistencia de la construcción sea segura. Asimismo, se debe tomar en cuenta la seguridad, aspecto, higiene y comodidad en cada construcción realizada, siendo esto un elemento muy importante para no afectar la vida y la salud de los ciudadanos.

Finalmente, se puede decir que esta aplicación para los materiales de construcción es muy importante en la labor del ingeniero ya que este juega un papel muy importante en cada obra, esta aplicación actual le facilitará el trabajo, sobre todo evitará molestias de la población si hubiera fallos.

Urcuyo, 2006. En su tesis, El servicio al cliente en los restaurantes franquiciarios de comida casual, busca mantener y mejorar el servicio a los clientes de los restaurantes de este tipo que funcionan en la ciudad capital y establecer el nivel que prestan en el servicio al cliente de comida casual. Se concluye con la investigación en que los restaurantes franquiciarios de comida casual que operan en la ciudad de Guatemala, cumplen en un alto porcentaje con el aseo y limpieza del local, así como del mobiliario, no así en el área de servicios sanitarios, en la cual existe deficiencia. Además estas áreas son bastante reducidas en las que solamente existe un retrete y dos en uno de ellos, cantidad que es insuficiente, principalmente para el número de clientes en las horas de mayor asistencia, por lo que se recomienda que los restaurantes investigados deberán intensificar sus esfuerzos para cumplir con las estipulaciones contenidas en los contratos de franquicias y en los manuales de aseguramiento de calidad, principalmente en el aseo y limpieza de los servicios sanitarios. El área en

donde se encuentran estos servicios, deberá ser ampliada para colocar retretes y orinales de acuerdo al número de visitantes. También se debe realizar su limpieza con intervalos más cortos a los existentes y mantener supervisión constante sobre este aspecto.

3.1.2 Antecedentes nacionales

Pérez, C.K. (2014). En su tesis titulada: “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurant campestre SAC- Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012”. Se concluye acerca de si los platos son preparados y atendidos rápidamente un 40% están satisfechos, a los clientes le mueven las razones y sentimientos por ende la atención debe incentivar al público de manera intelectual y emocional. Un poco más del 50% de consumidores están satisfechos y opinan que los mozos y azafatas son ordenados para la distribución de los platos; de la misma manera un 53% reiteran que el lenguaje utilizado por el personal es adecuado en su mayoría. También a los encuestados se les pregunto acerca de la limpieza de los servicios y el 61% opino que están presentables y limpios. Lo que quiere decir que tanto la zona externa como interna el restaurante luce limpia y cuidada y por último el 55% de los encuestados se encuentra satisfecho con la infraestructura el local es moderna y atractiva.

Moya, G., Gonzáles, H. & Mantari, L. J. & Huamán, C. (2016). En su tesis: “Diseño de un plan de un plan de negocios para una boutique rodante en Lima metropolitana” en su plan de negocios consiste en la creación de una boutique rodante en lima moderna, este plan surge como consecuencia del crecimiento en la formalización de las prendas de vestir, especialmente bajo el concepto fast fashion en los últimos años como las tiendas Zara, H&M y Forever 21 que vienen ganando

participación a empresas ya consolidadas como Saga Falabella y Ripley. En ese sentido, dado que se presenta las condiciones favorables y un público abierto a nuevos mercados con propuestas novedosas es que consideramos pertinente proponer el plan de negocio. Se realizó una investigación de mercado y se tuvo como resultado que el segmento de mercado a ser atendido es el de mujeres de 26 a 35 años cuyo estilo de vida es sofisticadas y modernas, por ser el segmento que más invierte en renovar sus prendas y accesorios debido a su poder adquisitivo, además de valorar más el diseño y exclusividad sobre el precio y la marca. Otro resultado importante es que del total de personas encuestadas (360), 178 personas estarían dispuestas a comprar prendas de vestir en el fashion truck representando el 49.4%; “por lo que se concluye que el presente plan tiene una demanda efectiva considerable.

Condori, L.J. (2016), en su tesis “Creación, organización y gestión de una boutique de ropa, calzado y accesorios femeninos pensando en ti mujer-Arequipa”, para optar el título profesional de Licenciado en gestión de empresas, cuyo objetivo es crear, organizar y gestionar una boutique de ropa de damas, calzado y accesorios “pensando en ti mujer”, para embellecer y satisfacer todas las necesidades de las mujeres Arequipeñas. En el trabajo de investigación, se ha llevado acabo el método descriptivo con enfoque cuantitativo y cualitativo. Entre sus conclusiones, la boutique más importante al nivel nacional e internacional está representada por un 40 y 60 mypes con las marcas más representativas que comercializan especialmente para el sexo femenino. La comercialización de boutique en el medio Arequipeño, ofrece todo tipo de variedad de vestir como son: ropas para damas, zapatos y accesorios para todo el año tanto invierno y verano. Asimismo, las ventas de zapatos, accesorios y ropas para damas oscilan entre 120.00 y 150.00 nuevos soles respectivamente. Las funciones

empresariales son realizadas bajo el criterio del propietario, sobre todo por el desconocimiento de las mismas tanto técnico y profesional, por eso al momento de encuestar a las mujeres indicaron que un 66.60% se encuentran satisfechas y un 33.40% están insatisfechas, todo esto proviene también por servicio y atención que brindan a la sociedad Arequipeña.

Dávila, K. & Flores, M. (2017), en la tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas “Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”. Esta investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro de Lambayeque. Para ello se utilizó el modelo de medición de calidad SERVPERF, que permitió conocer el grado de calidad de servicio que reciben los clientes. Finalmente, se concluyó, que los clientes se sienten conformes del servicio brindando por los colaboradores y la calidad de sus platos gastronómicos. Según la investigación, incide la combinación de los ingredientes más tradicionales de la comida Lambayecana que impactan en la satisfacción de sus clientes.

3.1.3 Antecedentes Regionales

Aguilar, R. (2016) en su tesis de investigación “Gerencia estratégica para la Pequeña y mediana empresa en la ciudad de Iquitos 2016” busco identificar la influencia de la gerencia estratégica en el crecimiento de la pequeña y mediana empresa en Iquitos 2016, así como determinar las formas de aplicación de la gerencia en la Pymes en Iquitos y llego a la conclusión de que en vista de que las Pymes en Iquitos no aplican la gerencia estratégica, muchas veces por no capacitarse, sus empresas no

producen ni venden como deberían hacerlo. Siendo único estudio en lo que respecta Pymes.

3.2 Bases Teóricas de la Investigación

De acuerdo a Arias, F. (1999), constituyen: “Un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado”. Pueden subdividirse de acuerdo a su naturaleza en psicológicas, filosóficas, pedagógicas, legales, entre otras.

3.2.1 Sistema de Gestión de Calidad

Conjunto de elementos para dar cumplimiento al logro de la satisfacción del cliente y su gestión.

3.2.2 Calidad

Juran (1974; 1983)"aptitud para el uso o propósito". “calidad es el conjunto de características de un producto que satisfacen las necesidades de los clientes y en consecuencia hacen satisfactorio el producto”. la calidad consiste en no tener deficiencias”.

Elementos de un Sistema de Gestión de la Calidad

1. Organización
2. Estrategia
3. Recursos
4. Procesos
5. Procedimientos

3.2.3 Calidad de Servicio

Las empresas buscan responder a las necesidades o deseos de sus clientes. Para lograrlo, algunas empresas diseñan productos, otras ofrecen servicios y algunas realizan ambas.

Actualmente, el consumidor hace que los servicios cobren importancia y que se conviertan en un diferenciador entre las empresas.

De acuerdo con Parasuraman (1985) y otros investigadores la calidad percibida del servicio es un juicio que engloba varias cosas, ellos afirman que dicha percepción es el resultado de la comparación de expectativas con opiniones sobre el desempeño, y que la calidad en el servicio se relaciona con la satisfacción pero no es equivalente.

Algunas de las formas como se ha definido la calidad en el servicio son conformidad de los requerimientos del cliente en la entrega del servicio.

Según Gronroos (1994) hay tres dimensiones en la calidad del servicio:

1. **Calidad técnica.** Involucra a lo que el cliente está recibiendo del proveedor.

Esto puede ser medido por parte del cliente en una manera objetiva.

2. **Calidad funcional.** Involucra la manera en que el servicio es entregado.

Esto se refiere a la interacción psicológica entre el comprador y el proveedor. Es percibida en una manera bastante subjetiva y pueden influir elementos como: actitud y comportamiento de los empleados, acercamiento del personal de servicio, accesibilidad al servicio, apariencia del personal, relación entre los empleados y relación entre los empleados y el cliente.

3. **Imagen corporativa.** Es la dimensión de la calidad que resulta de cómo los clientes perciben a la empresa y se espera que sea construida principalmente por

la dimensión técnica de la calidad ya que afecta la percepción del servicio por parte del cliente.

La calidad en el servicio se ha convertido en una medida de la satisfacción de las expectativas de los clientes. Alrededor del mundo, las compañías se han dado cuenta de que prestar atención a la calidad en el servicio que se brinde resulta benéfico para la rentabilidad y su crecimiento en el mercado. Por lo tanto, la calidad en el servicio se ha convertido en un factor estratégico para las empresas para diferenciar sus productos y servicios de los de la competencia.

3.2.4 Modelos de Calidad de Servicio

Un modelo es una representación simplificada de la realidad, que toma en consideración aquellos elementos básicos capaces por sí solos de explicar convenientemente el comportamiento de la misma.

Existen varios modelos en materia de servicios realizados por diversos especialistas. Por ejemplo Richard Normann señala como componentes principales de un “sistema de gestión de servicios” los cinco siguientes:

- El segmento de mercado
- El concepto de servicio
- El sistema de prestación de servicio
- La imagen
- La filosofía.

Por otro lado, para Albrecht y Zemke, los tres vértices de su “triángulo del servicio” son la estrategia de servicio, los sistemas y el personal de la empresa.

Sin embargo a continuación se estudiarán con más profundidad algunos de los modelos de servicio más aceptados.

3.2.4.1 Definición del Cliente

Según la American Marketing Association (A.M.A.), el cliente es "el comprador potencial o real de los productos o servicios".

Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), el cliente es una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final).

Kotler y Armstrong (2003). Afirma que “El cliente es la persona más importante de toda organización. Es un ser humano que tiene necesidades y preocupaciones y merece el trato más cordial y atento que se le pueda brindar. Es una persona que trae sus necesidades y deseos y es nuestra misión satisfacerlo.

3.3 Marco conceptual

3.3.1 La micro y pequeña empresa

La micro y pequeña empresa constituida bajo las leyes que rigen el Perú nos dice que una MYPE es aquella unidad económica que realiza unidades de producción, extracción o brindan servicios bajo cualquiera de las formas de organización empresarial (persona natural o jurídica), ya sea en el sector servicios, manufactura o cualquier otro. También, según el Texto Único Ordenado (TUO) de la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la MYPE¹ nos dice que estas unidades económicas deben tener características básicas como:

- **Micro empresa:** De 1 hasta 10 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades impositivas Tributarias (UIT).

- **Pequeña empresa:** De 10 hasta 100 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades impositivas Tributarias (UIT).

Entonces, por lo descrito anteriormente una MYPE puede estar dedicada a diferentes rubros productivos en los distintos sectores de producción, en la cual es el empresario quien decide como constituirla. **Clasificación de Restaurantes por Categorías:**

Los restaurantes se han clasificado en diferentes formas: la clasificación por categorías sugiere cinco grupos: de lujo, de primera clase, comercial, de rango medio y económico o limitado.

1. Restaurantes de Lujo (cinco tenedores)

Reúnen varias características:

- Valet parking
- Sala de espera
- Aire acondicionado o calefacción
- Bar

2. Restaurantes de Primera Clase (cuatro tenedores)

Es conocido como el restaurante full service. Se caracteriza por tener una “carta

o menú que presenta de 5 a 7 diferentes tiempos de servicios, así como una variedad limitada de bebidas alcohólicas.

Reúnen varias características:

- Entrada para los clientes, independiente de la del personal.

- Sala de Espera
- Guardarropa

3. Restaurantes de Segunda Clase (tres tenedores)

Es conocido como el restaurante turístico. Se caracteriza por tener un ingreso para clientes independiente, pero es el mismo utilizado por el personal al cierre de jornada. Su carta es limitada.

4. Restaurantes de Tercera Clase (dos tenedores)

Es un restaurante más sencillo. Carta limitada. Personal de servicio, adecuadamente uniformado.

5. Restaurantes de Cuarta Clase (un tenedor)

Es un restaurante más económico. Carta limitada, con pocos platos. Servilletas de papel. Aceptable decoración.

CAPÍTULO IV. HIPÓTESIS

4.1 Hipótesis General

La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente influye en las mypes del sector servicios rubro restaurantes, categoría un tenedor.

4.2 Hipótesis específicas

- El plan de calidad influye en las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor.
- Las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor cuentan con procesos estandarizado.

- Las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor cuenta con su misión, visión y valores.
- Las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor capacitan a su personal.
- Las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor atienden las quejas y sugerencias del cliente.

CAPÍTULO V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Diseño de investigación

El diseño metodológico de una investigación está formado por un diseño básico y dentro de él por un conjunto de procedimientos y técnicas específicas consideradas como adecuadas para la recolección y análisis de la información requerida por los objetivos del estudio. Por lo tanto, las características de una investigación dependen del propósito que se pretende alcanzar y estas son determinantes para el nivel de complejidad de la investigación y el tipo de estudio que se intenta desarrollar.” **Galán, M. (2009).**

El diseño de esta investigación será no experimental - descriptivo.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión bajo enfoque de atención al cliente.

- **No experimental:** La investigación es no experimental. Se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto. **Sánchez, F.G. (2019)**
- **Descriptivo:** Carácter descriptivo. Sólo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio. **Sánchez, F.G. (2019)**
- **Transversal:** La investigación se realizó en un tiempo único. **Sánchez, F.G. (2019)**

5.1.1 Tipo de investigación

Es del tipo cuantitativa, porque para la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

5.1.2 Nivel de investigación

Nivel Descriptivo. Se busca comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

5.2 Población y Muestra

5.2.1 Población

Según Wilks (1962):

"Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones".

La población en estudio está conformada por 48 mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor del distrito de Callería. Esta cifra pudo ser confirmada en los registros de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, sin embargo, no todas están activas. Según información actualizada en Callería cuentan con la cantidad de 48.

5.2.2 Muestra

Para determinar la muestra, se ha considerado solo tomar como referencia, a los restaurantes ubicados en las principales vías del distrito, Por conveniencia.

En ese sentido, las mypes que participaran son las ubicadas en los jirones de: Jr. Inmaculada, Av. Sáenz Peña, Jr. Salaverry, Jr. Urubamba, Jr. Independencia y Jr. Tacna, etc. Todas suman 15 mypes.

ÍTEM	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN
1	RESTAURANT ROSITA	JR. SALAVERRY. 646 MZ: 71 LT: 5
2	RESTAURANT EL AMIGO	JR. TACNA. 316 MZ: 54 LT: 06C
3	RESTAURANT CUSQUEÑO	JR. UCAYALI. 167 MZ: 61 LT: 1 FRACCION
4	RESTAURANT MAMA LUCILA	JR. URUBAMBA 559 Mz: 245 Lt: 6-A
5	RESTAURANT LA GRANJITA DE MONTROYA	JR. ZAVALA 344 Mz: 149 Lt: 4
6	RESTAURANT CALLEJONCITO DE LOS TOTOLITOS	JR. TACNA 661 Mz: 33 Lt: 4A
7	RESTAURANT EL PUERTO	JR. TACNA 855 B Mz: 7 Lt: 5F
8	RESTAURANTE RICO SABOR	JR. CORONEL PORTILLO 801 Mz: 03 Lt: 15C
9	RESTAURANT ANGHELO	JR. URUBAMBA 472. Mz: 256 Lt: 1-A

10	LA ESQUINA DEL SABOR	AV. CENTENARIO 961 MZ: A LT: 5
11	RESTAURANTE SAMY'S	JR. SALAVERRY. 541 Mz: 62-A Lt: 9
12	RESTAURANT OLINDA	JR. ZAVALA 375 Mz: 73 Lt: 27
13	RESTAURANT KIO	Jr. 7 de Junio. 215 Mz:71 Lt: 28
14	RESTAURANT GATITA	JR. MANCO CAPAC. 141 MZ: 115 LT: 08
15	RESTAURANT GAELI	JR. GUILLERMO SISLEY N°279 MZ: 191 LT: 9

Fuente: Elaboración Carmen Morí

5.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1: Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Definición Operacional Indicadores	Escala de Medición
Gestión de Calidad	Es el estilo de conducción de una organización bajo un enfoque de mejora continua y cumpliendo los requerimientos del cliente con eficiencia y eficacia	Plan de Calidad	Cuenta con Plan de Calidad	Nominal
		Procesos Estandarizados	Identificó y Estandarizó sus procesos.	Nominal
		Misión, Visión, Valores	Exhibe su misión, visión y valores.	Nominal
Enfoque en el cliente	Es destinar el plan de acciones en identificar, organizar, satisfacer y evaluar los atributos que valora el cliente.	Nivel de Servicio	Tiene Plan de Servicio Capacita a su personal Cuenta con protocolo de atención al cliente.	Nominal

		Atención a quejas y sugerencias.	Calidad de Servicio Tiempo de atención	Nominal
--	--	----------------------------------	---	----------------

Fuente: Elaboración Carmen Morí

5.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Arias (1999), menciona que: “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener información”.) pág.53).

5.4.1 Técnicas

Se utilizaron la observación y encuestas para la obtención de los datos necesarios a la investigación. **Sánchez, F.G. (2019)**

5.4.2 Instrumentos

Para la recolección de datos, se elaboró un cuestionario estructurado contenido en una encuesta.

Según **Arias (1999)**, los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información (pág.53).

5.5 Plan de análisis de datos

Los datos de la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo y tabulación. **Sánchez, F.G. (2019)**

5.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	HIPÓTESIS GENERAL	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN
<p data-bbox="297 277 544 304">Problema general</p> <p data-bbox="188 357 660 608">¿Cuál es la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor?</p> <p data-bbox="271 715 571 742">Problemas específicos</p> <p data-bbox="188 839 660 1034">P.1 ¿Cuál es la influencia de un plan de calidad en las mypes del sector servicios rubro restaurantes categoría un tenedor?</p> <p data-bbox="188 1059 660 1166">P.2 ¿Cuál es la influencia de los procesos estandarizados en la gestión de calidad en las mypes del</p>	<p data-bbox="779 277 1010 304">Objetivo general</p> <p data-bbox="680 357 1115 660">Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor, año 2017.</p> <p data-bbox="752 767 1037 794">Objetivos específicos</p> <p data-bbox="680 890 1099 1082">O.1• Determinar si las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor cuentan con un plan de calidad.</p>	<p data-bbox="1137 325 1330 400">Variable Independiente</p> <p data-bbox="1167 491 1301 555">Gestión de calidad.</p>	<p data-bbox="1361 284 1765 533">La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente influye en las mypes del sector servicios rubro restaurantes, categoría un tenedor.</p> <p data-bbox="1361 667 1765 694">HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <p data-bbox="1352 762 1765 970">H.1 El plan de calidad influye en las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor.</p> <p data-bbox="1361 1043 1765 1155">H.2 Las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor cuentan</p>	<p data-bbox="1809 411 1973 438">Tipo</p> <p data-bbox="1787 491 1951 518">Cuantitativo.</p> <p data-bbox="1899 564 1973 592">Nivel</p> <p data-bbox="1861 635 2011 662">Descriptivo</p> <p data-bbox="1883 708 1989 735">Diseño:</p> <p data-bbox="1816 799 2063 1007">No experimental, descriptivo, transversal.</p>

<p>sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor?</p> <p>P.3 ¿Cuál es la influencia de la misión, visión y valores en la gestión de calidad en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor?</p> <p>P.4 ¿Cuál es la influencia de la capacitación al personal en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor?</p> <p>P.5 ¿Cuál es la influencia de las quejas y sugerencia en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor?</p>	<p>O.2• Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor utilizan procesos estandarizados.</p> <p>O.3• Determinar si las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor cuenta con una misión, visión y valores en la atención al cliente.</p> <p>O.4• Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio.</p> <p>O.5• Determinar si las mypes</p>	<p>Variable Dependiente</p> <p>Atención al cliente</p>	<p>con procesos estandarizado.</p> <p>H.3 Las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor cuenta con su misión, visión y valores.</p> <p>H.4 Las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor capacitan a su personal.</p> <p>H.5 Las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor atienden las quejas y sugerencias del cliente</p>	<p>Población y Muestra</p> <p>Población</p> <p>Son 48 mypes registradas en la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.</p> <p>Muestra</p> <p>15 mypes por conveniencia.</p> <p>Instrumentos y Procedimientos</p> <p>Técnicas:</p> <p>Encuesta y entrevista.</p>
---	---	---	--	---

	están capacitadas en atención de quejas y sugerencias para una mejor calidad de servicio.			Instrumento: Cuestionario estructurado.
--	---	--	--	---

Fuente: Elaboración Carmen Morí

5.7 Principios éticos

Los principios éticos descritos en el Código de Ética deben regirse bajo las normativas de elaboración de los proyectos de investigación de la universidad Uladech, realizados para los distintos niveles de estudios y modalidad; así como para los proyectos del Instituto de Investigación.

El presente Código de Ética tiene como propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad. Ese que hacer tiene que llevarse a cabo respetando la correspondiente normativa legal y los principios éticos definidos en el presente Código, y su mejora continua, en base a las experiencias que genere su aplicación o a la aparición de nuevas circunstancias.

Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, que ayudarán para realizar de manera plena con los objetivos señalados por los sectores comerciales e industriales, y cumplirán para su desarrollo:

- Respeto por las personas,
- Equidad,
- Justicia.

Siendo estos principios acordes con nuestra tradición cultural y particularmente relevantes para la ética de la investigación con personas.¹

CAPÍTULO VI. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

¹ Código de ética para la investigación versión 001. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-Uladech Católica, de fecha 25 de enero del 2016

6.1 Resultados

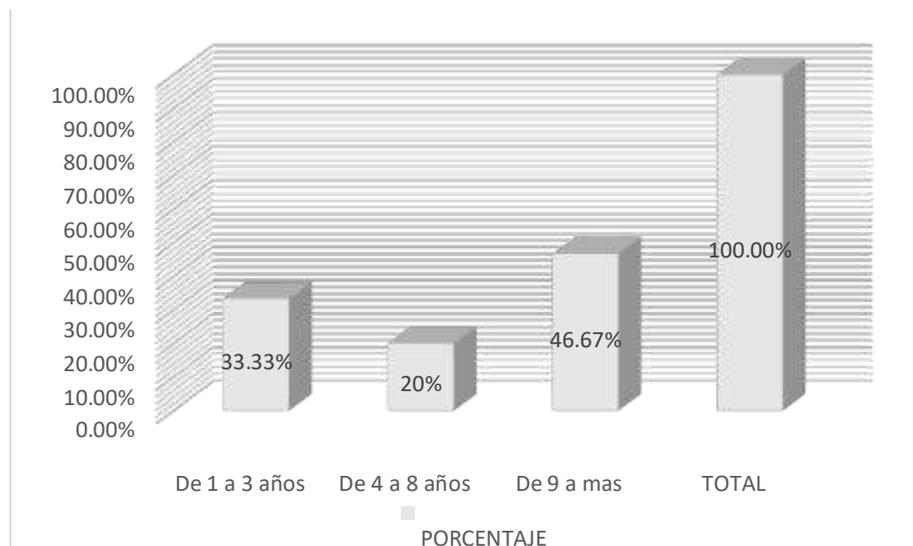
A: Respecto a la gestión de la mype

Tabla 3: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
De 1 a 3 años	5	33.33
De 4 a 8 años	3	20
De 9 a mas	7	46.67
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizada a las mypes del sector

Figura 1: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?



Fuente: Tabla 3

Interpretación:

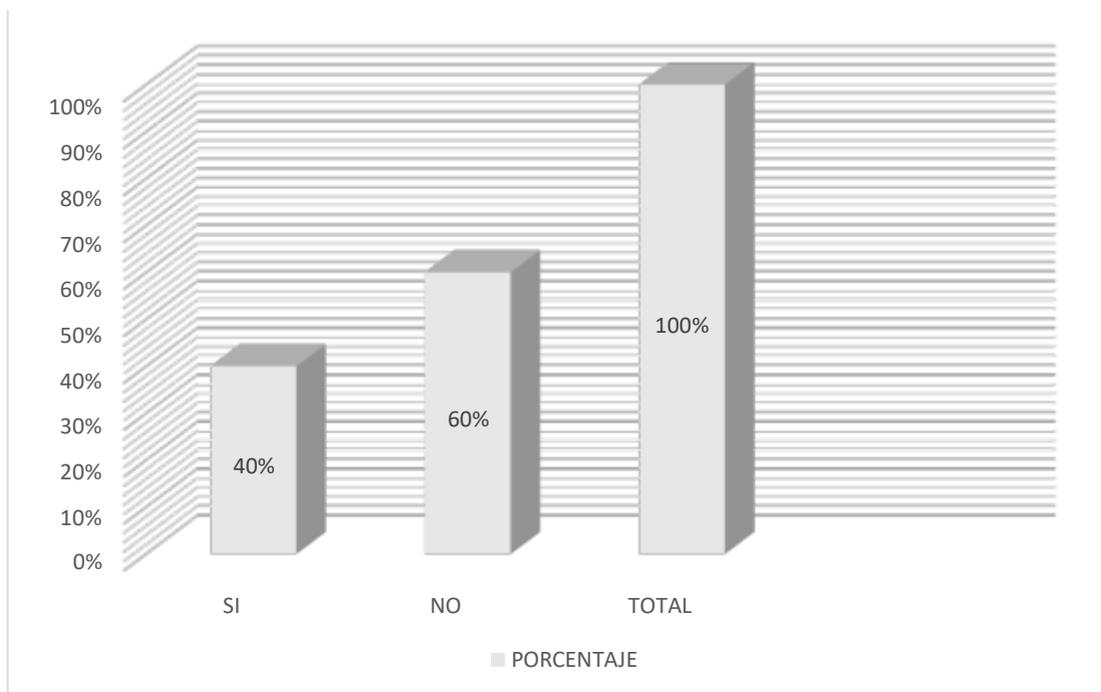
De 15 encuestas el 33.33% (5) manifestó que su empresa tiene en el mercado de 1 a 3 años, el 20 % (3) tiene de 4 a 8 años y por último el 46.67% (7) tiene de 9 a más años en el mercado.

Tabla 4: ¿Aplicas normas de calidad que te permita mejorar tu negocio?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	6	40
No	9	60
TOTAL	15	100

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 2: ¿Aplicas normas de calidad que te permita mejorar tu negocio?



Fuente: Tabla 4

Interpretación:

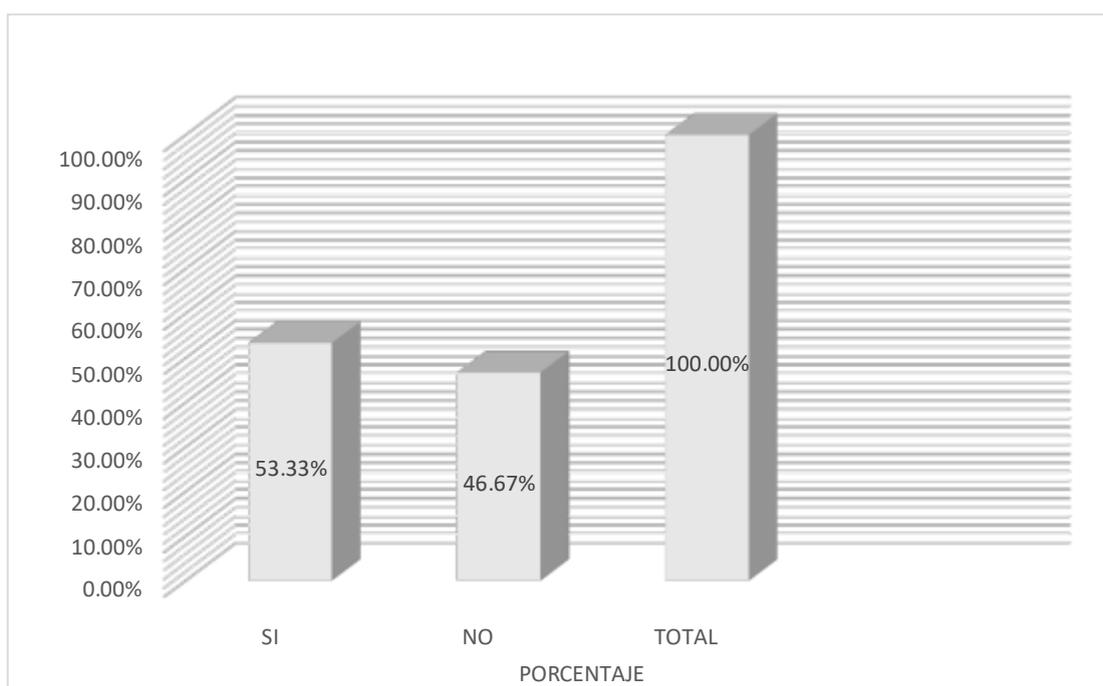
De 15 encuestas el 40% (6) de micro y pequeños empresarios aplican normas de calidad que le permite mejorar su negocio y el 60% (9) restante respondió que desconoce o no aplica normas de calidad.

Tabla 5: ¿La administración aplica técnicas de gestión administrativa?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	8	53.33
No	7	46.67
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 3: ¿La administración aplica técnicas de gestión administrativa?



Fuente: Tabla 5

Interpretación:

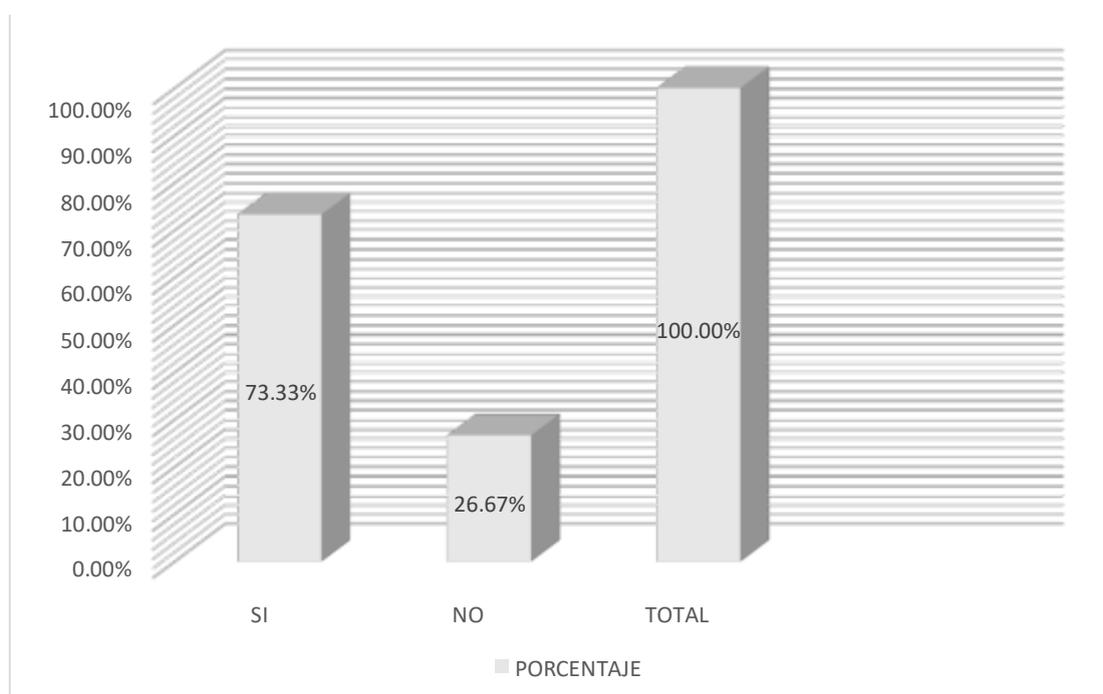
De 15 encuestados el 53.33% (8) su administración aplica técnicas de gestión administrativa, mientras que el otro 46.67% (7) la administración desconoce o no aplica aquellas técnicas de gestión administrativa en sus restaurantes.

Tabla 6: ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	11	73.33
No	4	26.67
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 4: ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?



Fuente: Tabla 6

Interpretación:

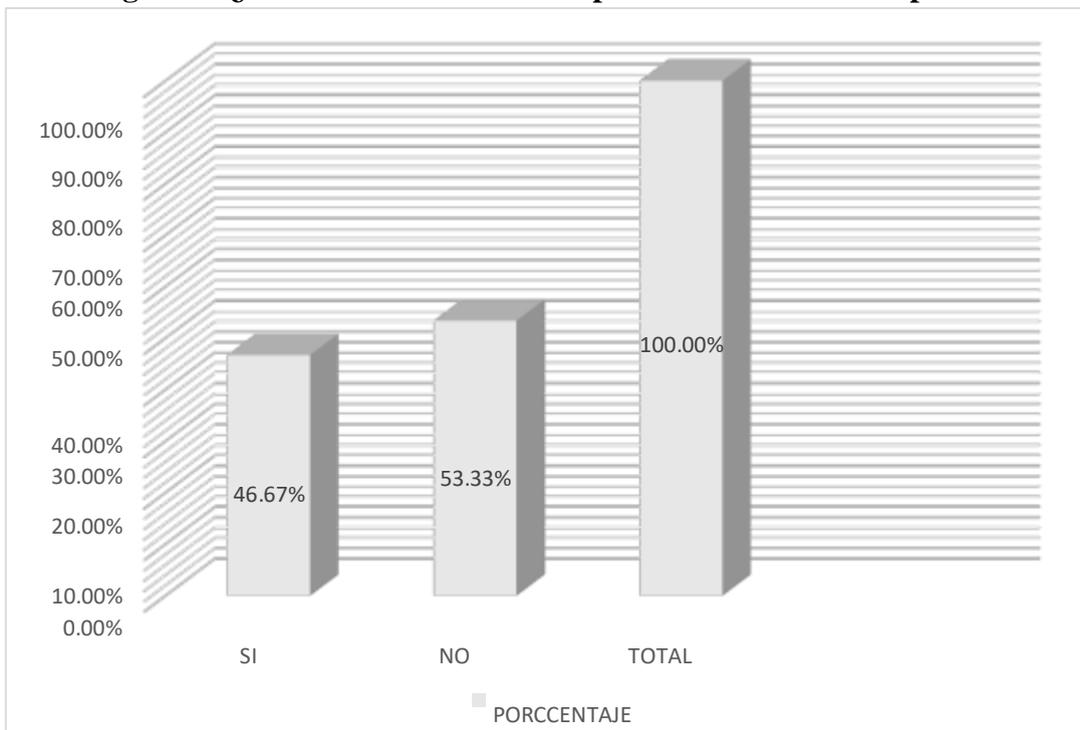
Se encuestaron 15 empresarios de las cuales del 73.33% (11) su plan de calidad cumple con sus expectativas y que del 26.67% (4) su plan de calidad no cumple con sus expectativas establecidas.

Tabla 7: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	7	46.67
No	8	53.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 5: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?



Fuente: Tabla 7

Interpretación:

De 15 encuestas se determinó que el 46.67% (7) ha estandarizado los procesos claves de su empresa, y un 53.33% (8) desconoce o aún no ha estandarizado los procesos claves.

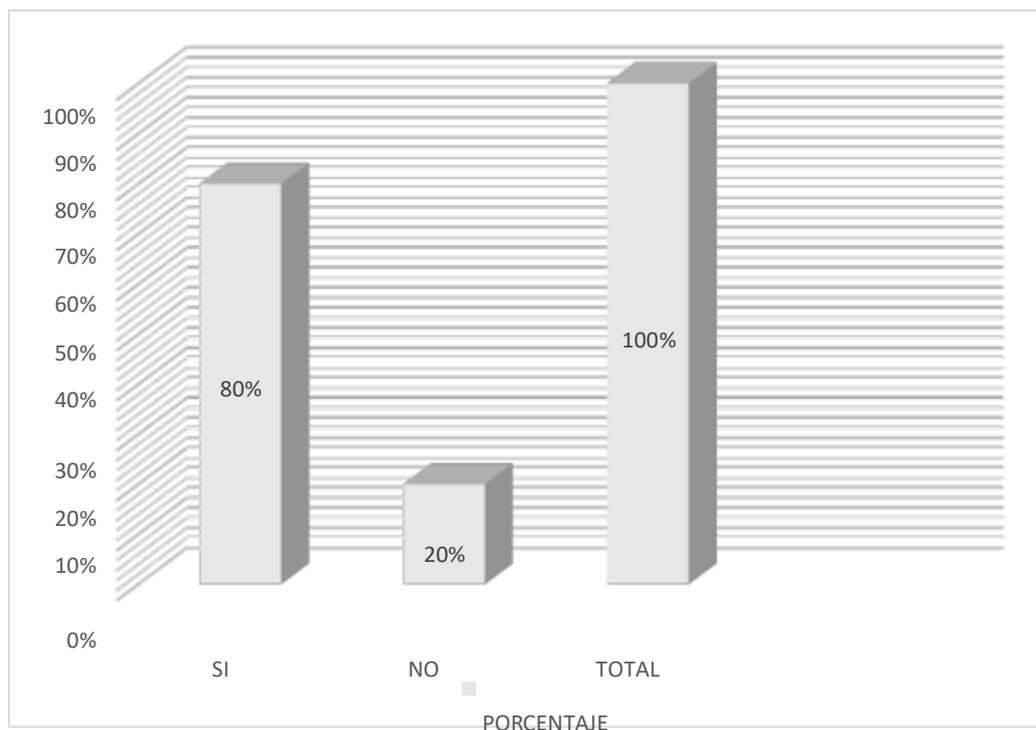
Tabla 8: ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
-----------	----------	---

Si	12	80
No	3	20
TOTAL	15	100

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 6: ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?



Fuente: Tabla 8

Interpretación:

De 15 encuestas se determinó que el 80% (12) tiene definido un plan de negocio, mientras que el 20% (3) aún no ha definido un plan de negocio.

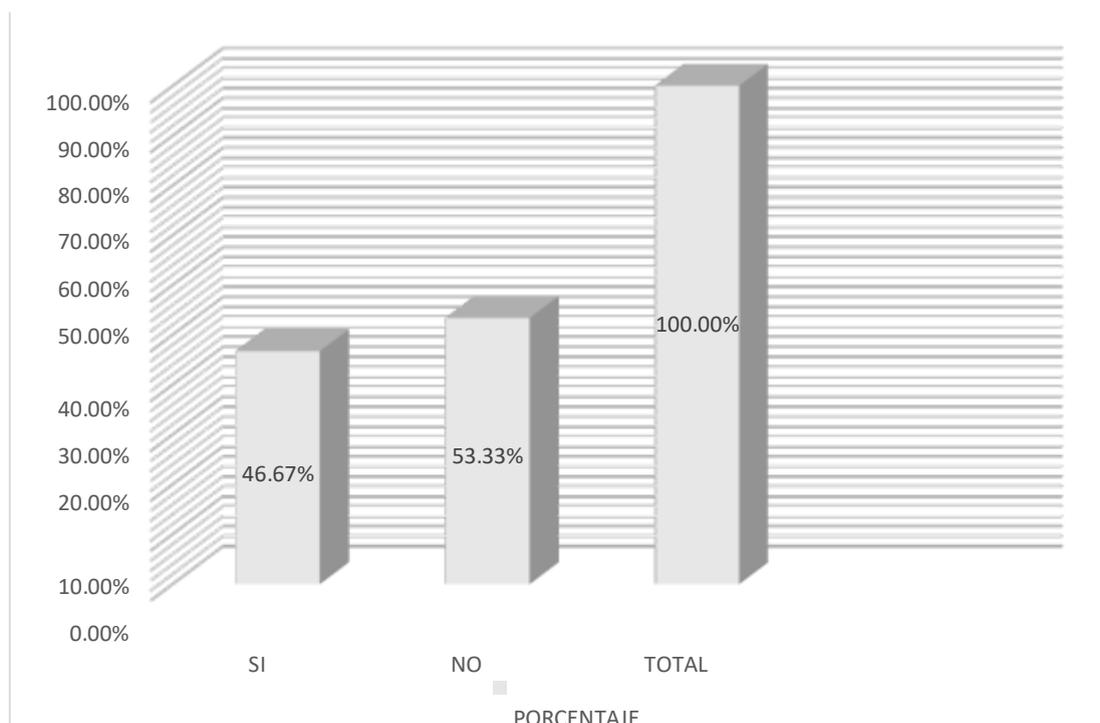
Tabla 9: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	7	46.67

No	8	53.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 7: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?



Fuente: Tabla 9

Interpretación:

De 15 encuestas el 46.67% (7) encuestados aplica técnicas para la solución de problemas, mientras que el otro 53.33% (8) no aplica o desconoce aquellas técnicas para la solución de problemas.

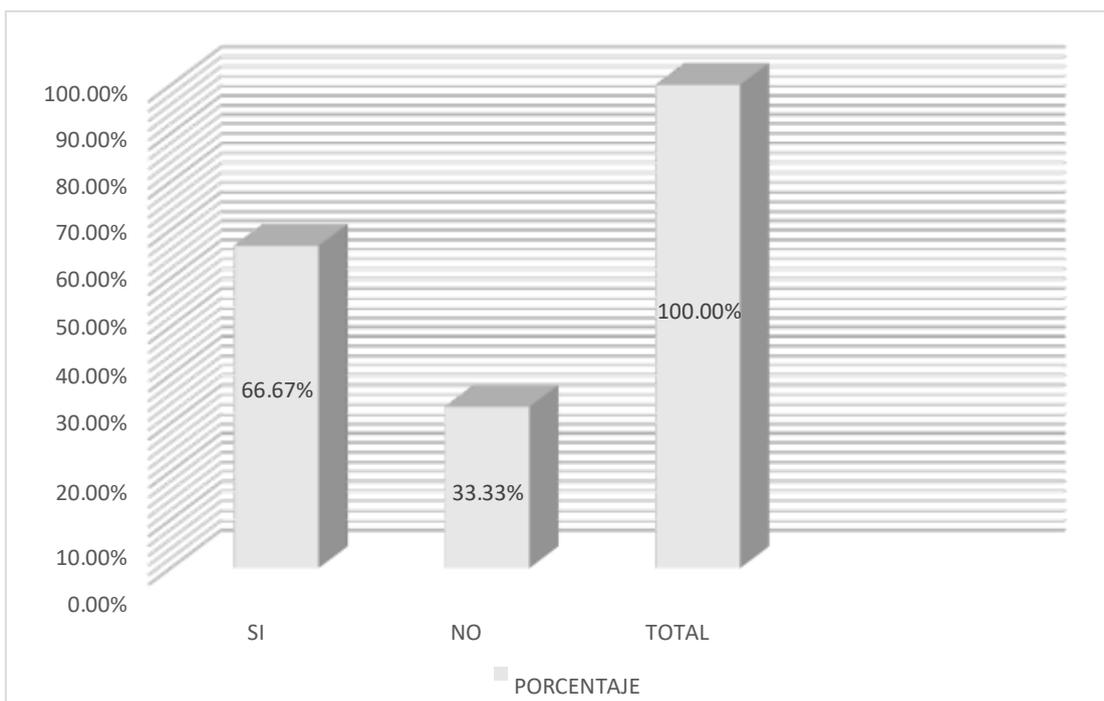
Tabla 10: ¿Su empresa ha definido su misión y visión?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	10	66.67

No	5	33.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 8: ¿Su empresa ha definido su misión y visión?



Fuente: Tabla 10

Interpretación:

De 15 encuestas se determinó que el 66.67% (10) encuestados tiene definido su misión y visión para su empresa, mientras que el 33.33% (5) no tiene definido su misión y visión.

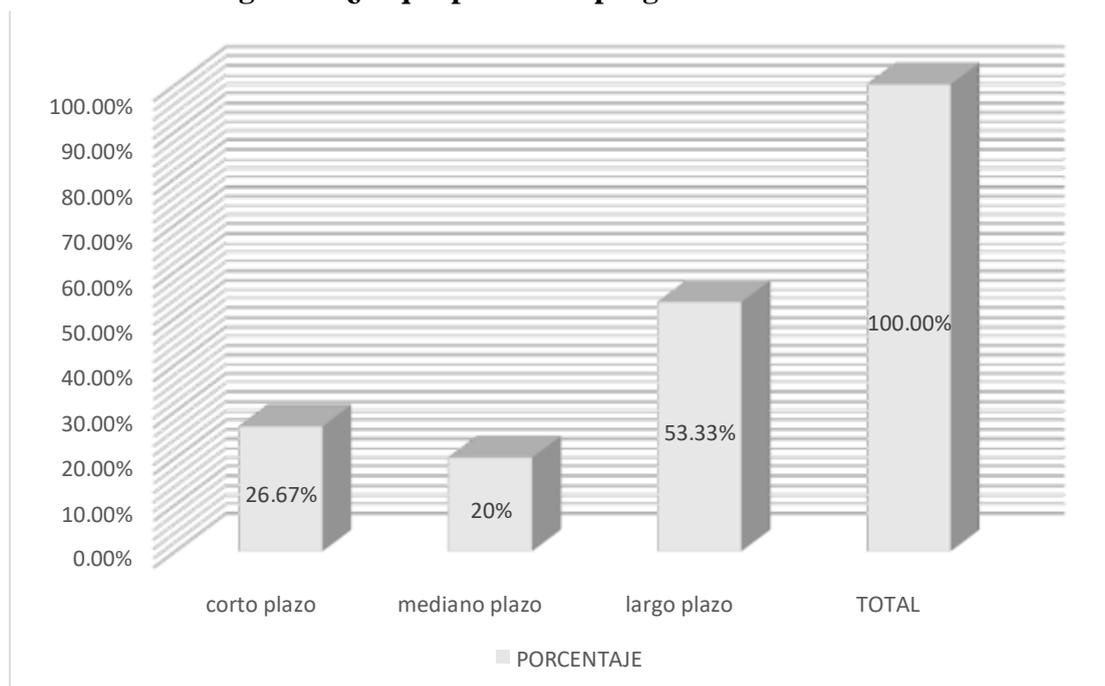
Tabla 11: ¿A qué plazo está programada su visión?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Corto plazo	4	26.67

Mediano plazo	3	20
Largo plazo	8	53.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 9: ¿A qué plazo está programada su visión?



Fuente: Tabla 11

Interpretación:

De 15 encuestas el 26.67% (4) tienen una visión programada a corto plazo, el 20% (3) tiene una visión programada a mediano plazo, y el 53.33% (8) tiene programada su visión a largo plazo.

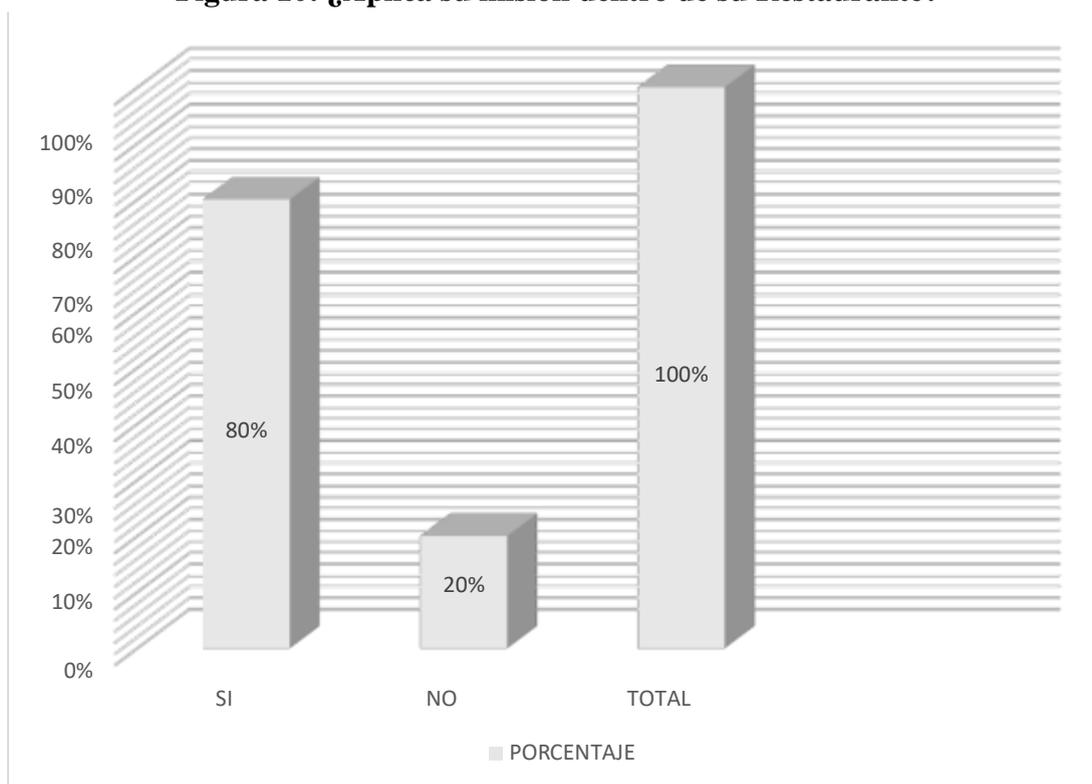
Tabla 12: ¿Aplica su misión dentro de su Restaurante?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	12	80

No	3	20
TOTAL	15	100

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 10: ¿Aplica su misión dentro de su Restaurante?



Fuente: Tabla 12

Interpretación:

De las 15 encuestas el 80% de encuestados aplica su misión dentro de su Restaurante y el 20% no aplica o desconoce su misión dentro de su restaurante.

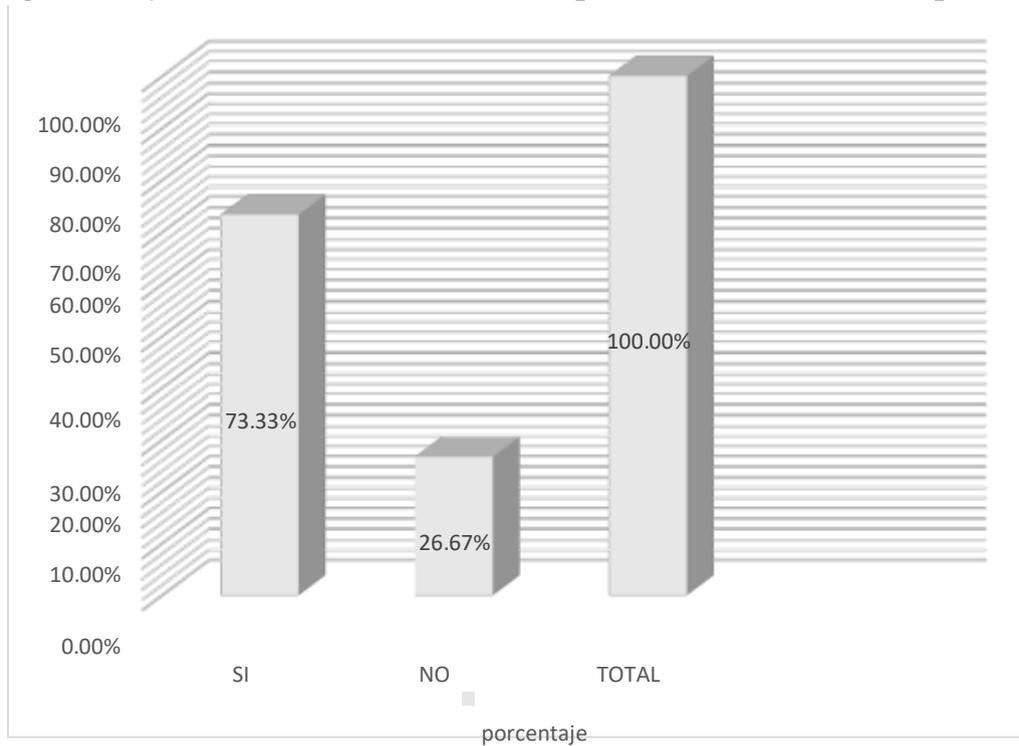
Tabla 13: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	11	73.33

No	4	26.67
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 11: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?



Fuente: Tabla 13

Interpretación:

De 15 encuestados el 73.33% (11) cuentan con la infraestructura para brindar un buen servicio al cliente, y el 26.67% (4) no cuenta con la infraestructura para brindar un servicio esperado por el cliente.

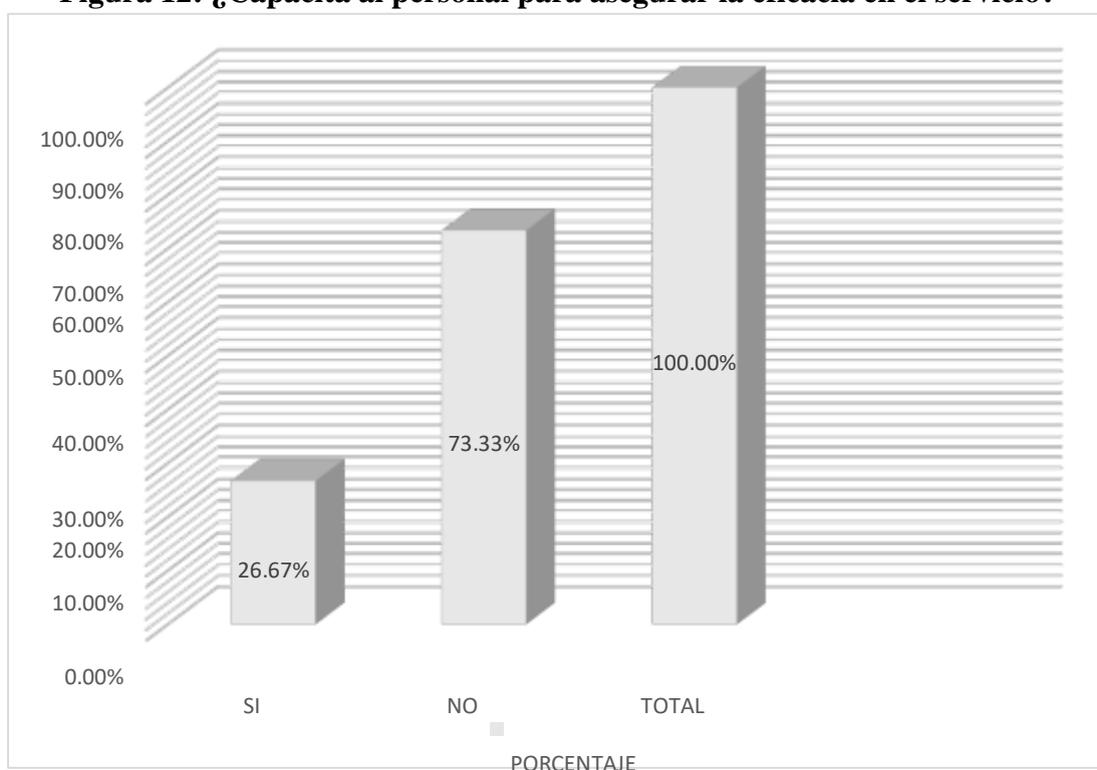
B: Respecto a la atención al cliente

Tabla 14: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	4	26.67
No	11	73.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 12: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?



Fuente: Tabla 14

Interpretación:

De 15 encuestas el 26.67% (4) encuestados capacita a su personal para asegurar la eficacia en el servicio, mientras que el 73.33% (11) no los capacita.

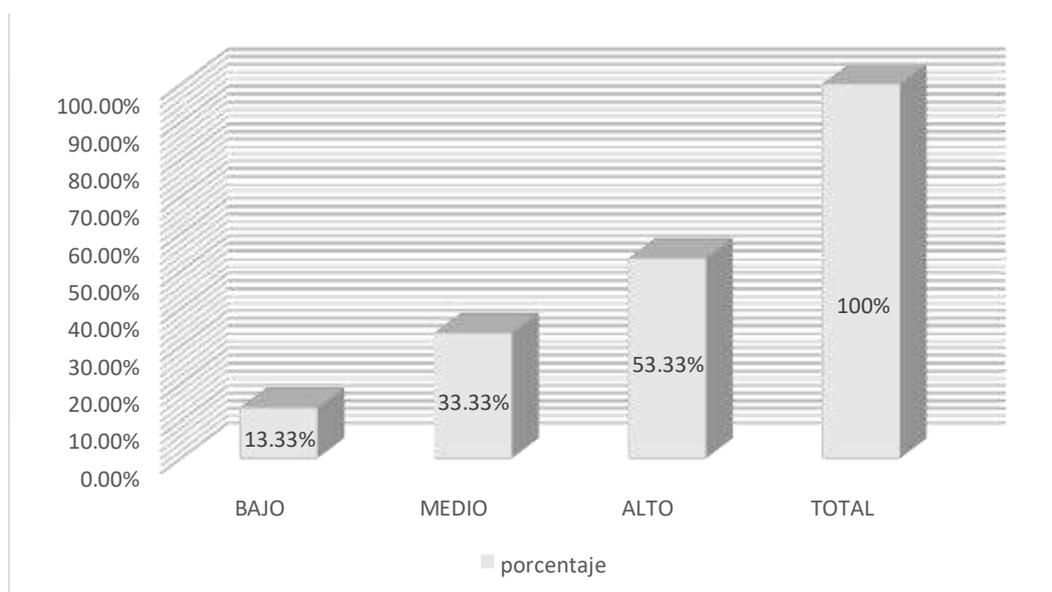
Tabla

15: ¿Cuáles son los niveles de servicio que el cliente toma en cuenta para asistir a su restaurante, tomando como ejemplo la higiene, servicio, sabor, etc.?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Bajo	2	13.33
Medio	5	33.33
Alto	8	53.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 13: ¿Cuáles son los niveles de servicio que el cliente toma en cuenta para asistir a su restaurante, tomando como ejemplo la higiene, servicio, sabor, etc.?



Fuente: Tabla 15

Interpretación:

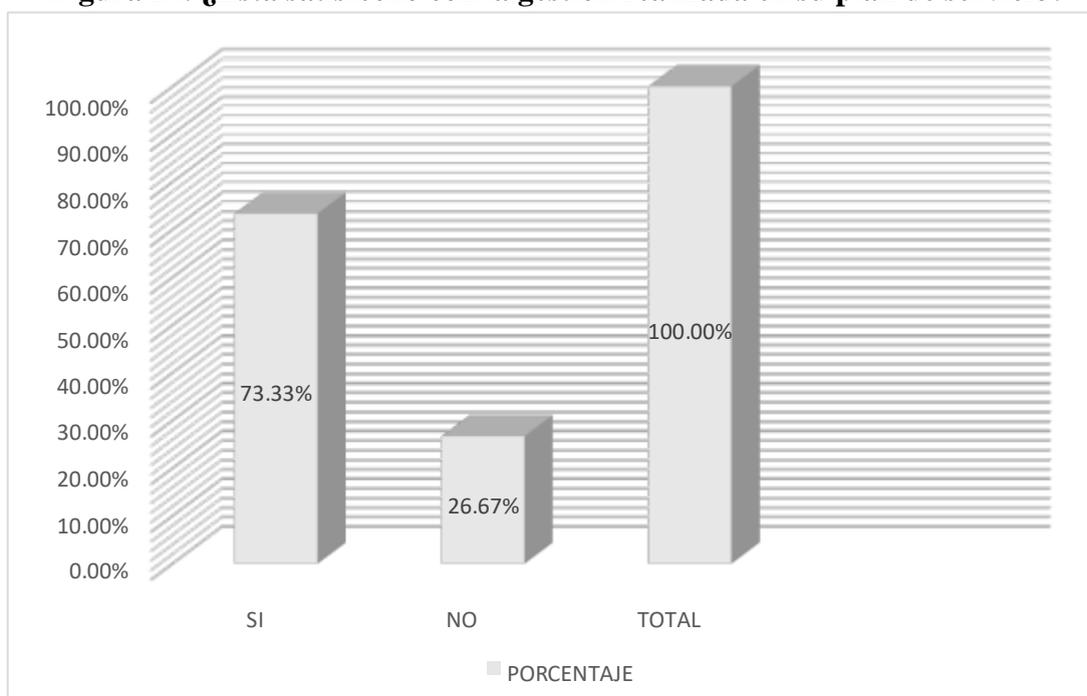
De 15 encuestados el 13.33% (2) dijo que el nivel de servicio que toma en cuenta su cliente para asistir a su restaurante es bajo, el 33.33% (5) dijo que el nivel de servicio que toma en cuenta su cliente para asistir a su restaurante es medio, mientras que el 53.33% (8) dijo que el nivel de servicio que su cliente toma en cuenta para asistir a su restaurante es alto.

Tabla 16: ¿Está satisfecho con la gestión realizada en su plan de servicio?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	11	73.33
No	4	26.67
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 14: ¿Está satisfecho con la gestión realizada en su plan de servicio?



Fuente: Tabla 16

Tabla

Interpretación:

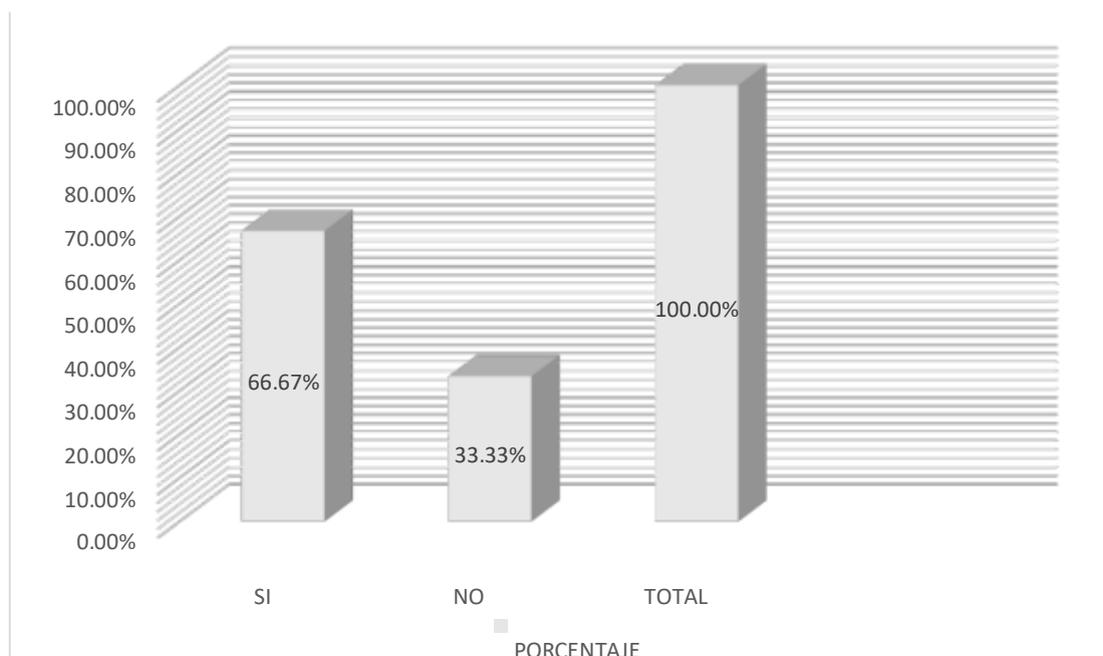
De 15 encuestados el 73.33% (11) están satisfechos con la gestión realizada en su plan de servicio, mientras que el 26.67% (4) aún le falta o no está satisfecho con la gestión realizada en su plan de servicio.

17: ¿Cree que la capacitación al personal muestra claro interés en que no se produzcan errores en los servicios de atención al cliente?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	10	66.67
No	5	33.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 15: ¿Cree que la capacitación al personal muestra claro interés en que no se produzcan errores en los servicios de atención al cliente?



Fuente: Tabla 17

Interpretación:

De 15 encuestas el 66.67% (10) cree que la capacitación al personal muestra claro interés en que no se produzcan errores en los servicios de atención al cliente, y el 33.33% (5) no cree o desconoce que la capacitación al personal muestra claro interés en que no se produzcan errores.

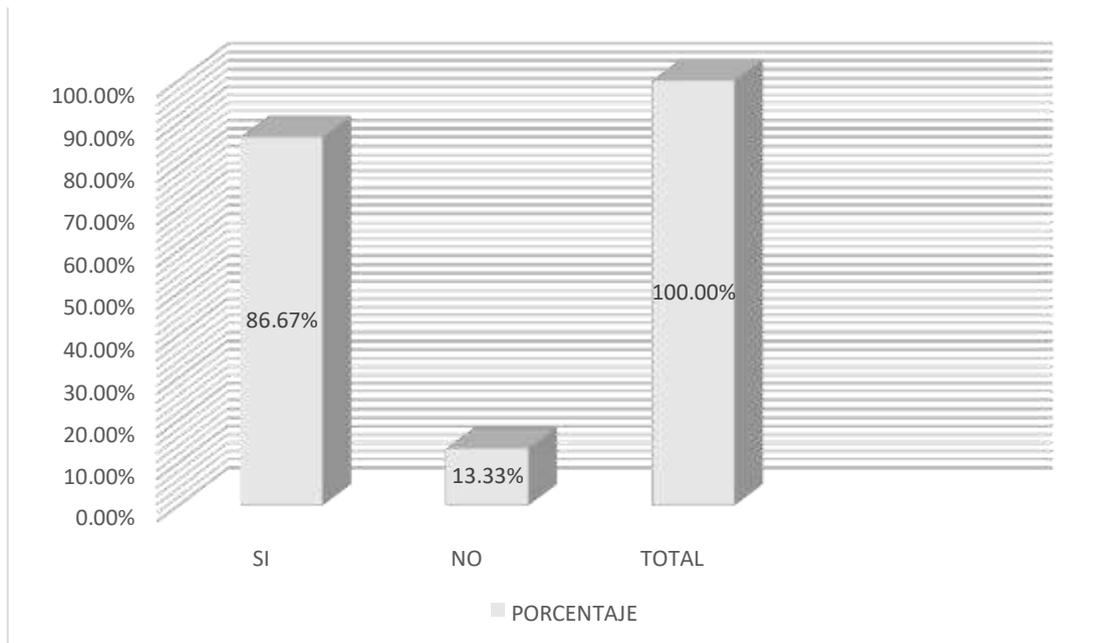
Tabla 18: ¿La calidad del servicio transmite confianza y seguridad a sus clientes?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	13	86.67
No	2	13.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 16: ¿La calidad del servicio transmite confianza y seguridad a sus clientes?

Tabla



Fuente: Tabla 18

Interpretación:

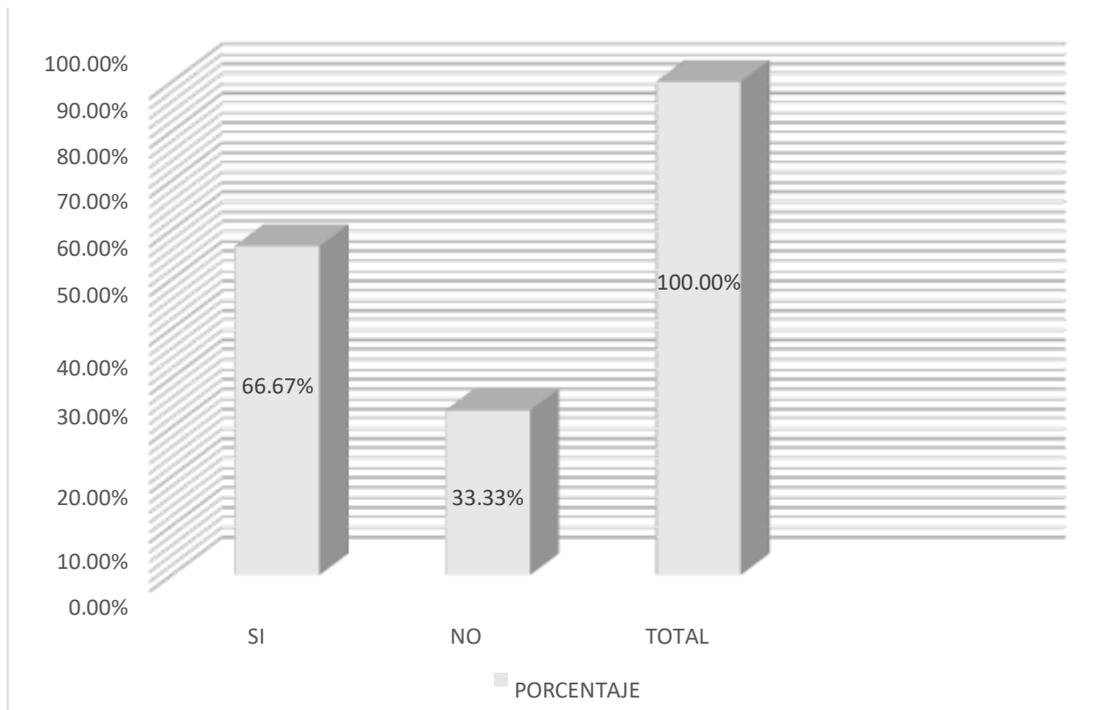
De 15 encuestas el 86.67% (13) considera que la calidad del servicio transmite confianza y seguridad a sus clientes, y el 13,33% (2) respondió que no.

19: ¿Se encuentra satisfecho con la atención que brinda su personal a los clientes?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	10	66.67
No	5	33.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 17: ¿Se encuentra satisfecho con la atención que brinda su personal a los clientes?



Fuente: Tabla 19

Interpretación:

De 15 encuestados el 66.67% (10) se encuentran satisfechos con la atención que brinda su personal a los clientes, mientras que el 33.33% (5) no se encuentra satisfecho con la atención que su personal brinda a los clientes.

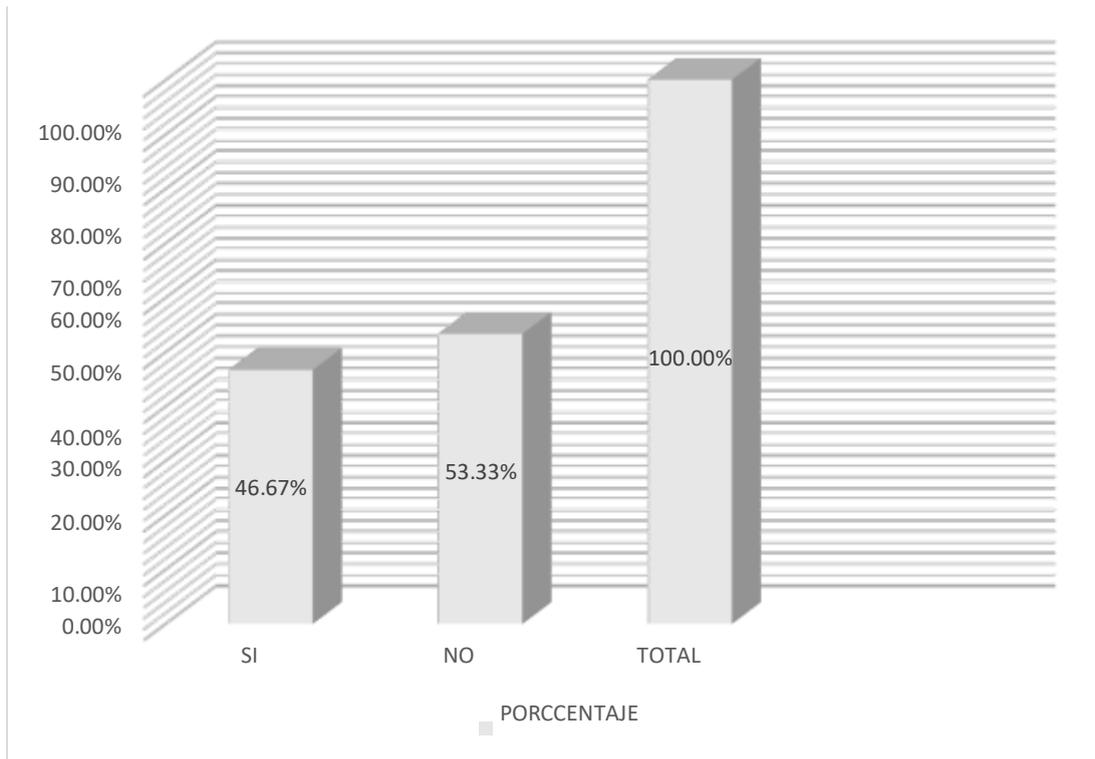
Tabla 20: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	7	46.67
No	8	53.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 18: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?

Tabla



Fuente: Tabla 20

Interpretación:

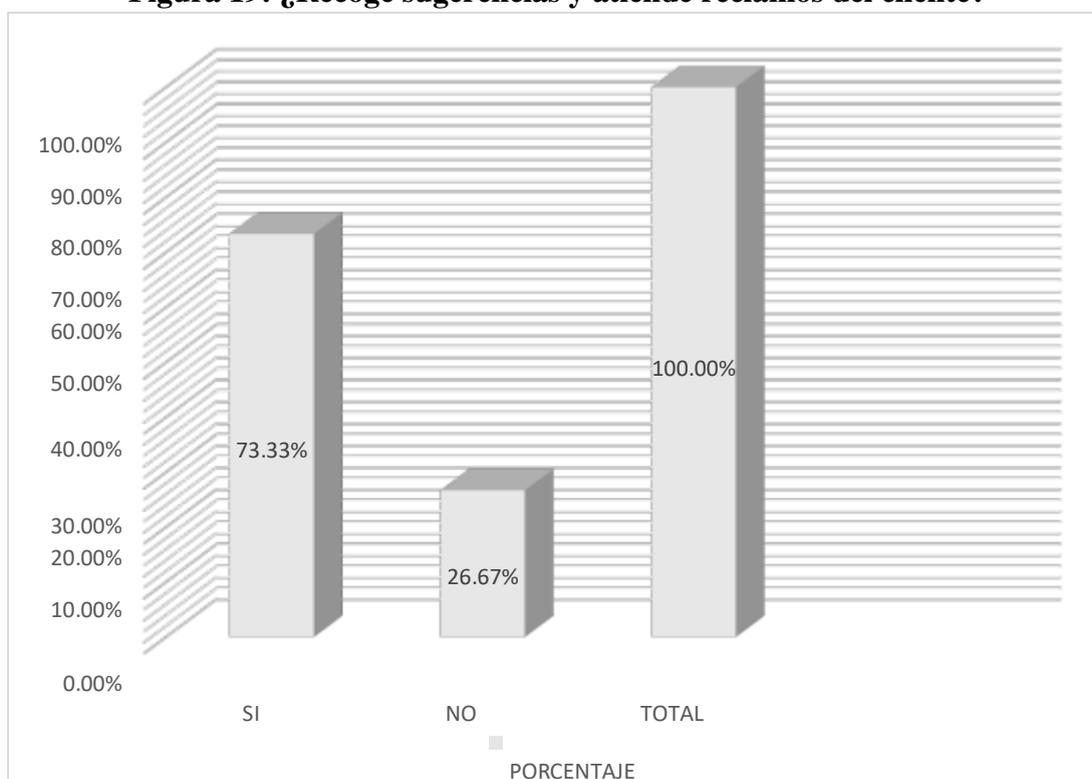
De 15 encuestas el 46.67% (7) tiene establecido un protocolo de atención al cliente, mientras que el 53.33% (8) aún no tiene establecido un protocolo de atención al cliente.

Tabla 21: ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	11	73.33
No	4	26.67
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 19: ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?



Fuente: Tabla 21

Interpretación:

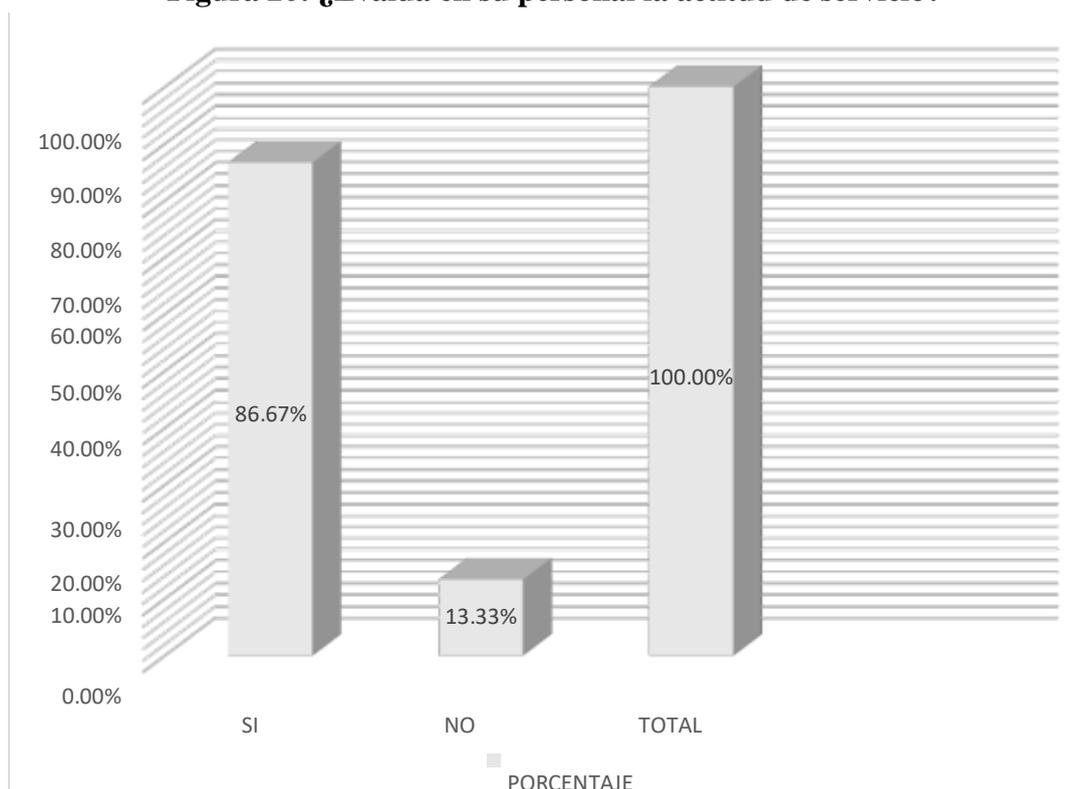
De 15 encuestas el 73.33% (11) recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente, mientras que el 26.67% (4) no recoge e ignora las sugerencias y reclamos del cliente.

Tabla 22: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	13	86.67
No	2	13.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 20: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?



Fuente: Tabla 22

Interpretación:

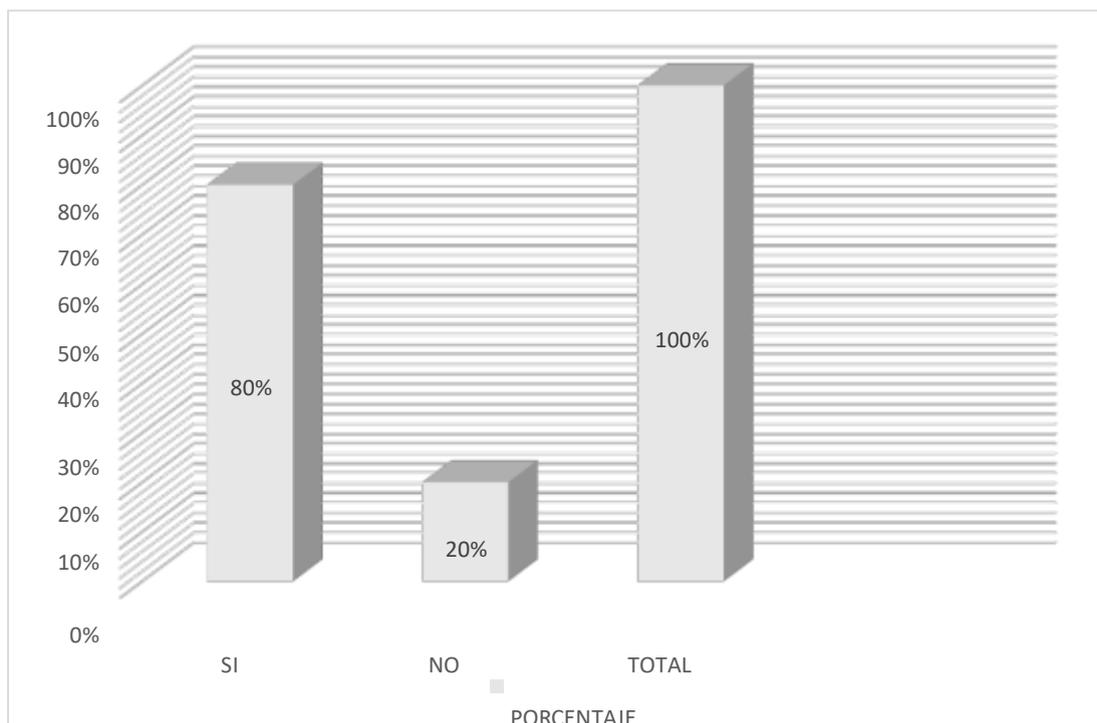
De 15 encuestas el 86.67% (13) evalúa en su personal la actitud de servicio, y el 13.33% (2) no evalúa en su personal la actitud de servicio.

Tabla 23: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	12	80
No	3	20
TOTAL	15	100

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 21: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?



Fuente: Tabla 23

Interpretación:

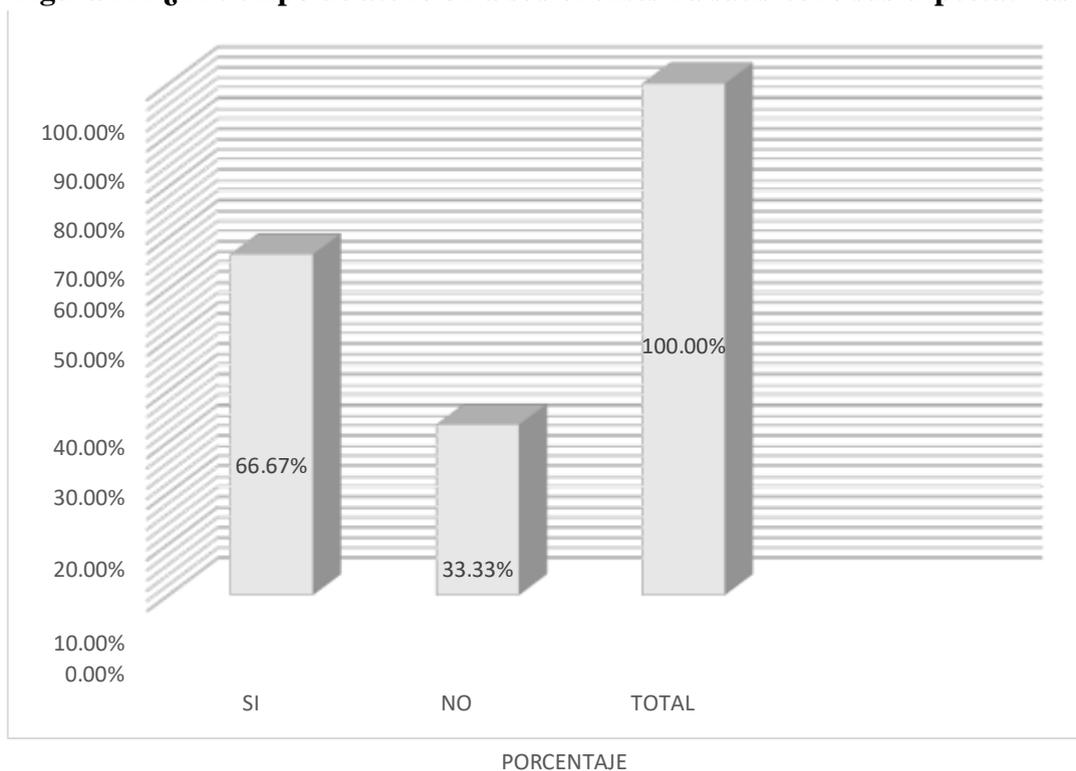
De 15 encuestas el 80% (12) evalúa el nivel de satisfacción del cliente, mientras que el 20% (3) no evalúa el nivel de satisfacción del cliente.

Tabla 24: ¿El tiempo de atención a sus clientes ha satisfecho sus expectativas?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	10	66.67
No	5	33.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

Figura 22: ¿El tiempo de atención a sus clientes ha satisfecho sus expectativas?



Fuente: Tabla 24

Interpretación:

De 15 encuestados el 66.67% (10) dijeron que el tiempo de atención a sus clientes ha satisfecho sus expectativas, mientras que el 33.33% (5) no está satisfecho con el tiempo de atención a sus clientes.

6.2 Análisis de resultados

Como parte del desarrollo del presente informe, relacionaremos los resultados obtenidos en la investigación, con los objetivos, marco teórico e hipótesis.

Objetivo General

Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor año 2017.

Nuestro objetivo se relaciona con la **TABLA N° 6 ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?**

En el trabajo de campo se encuestaron a 15 propietarios de las cuales el 73.33% (11) indica que su plan de calidad si cumple con sus expectativas y que del 26.67% (4) no. Este resultado constituye una fortaleza, porque los empresarios si hacen uso de herramientas de mejora continua y los proyecta a lograr mejores resultados.

Asimismo, su importancia se refuerza con la tesis de **Aguilar R. (2016)** en su investigación “Gerencia estratégica para la Pequeña y mediana empresa en la ciudad de Iquitos 2016”, donde contrariamente a lo esperado, halló que las pymes de Iquitos no aplican la gerencia estratégica y muchas veces por no capacitarse lo que produjo que estas empresas no produzcan ni vendan como se esperaba.

Objetivos Específicos 1

Determinar si las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro de

Restaurantes categoría un tenedor cuenta con un plan de calidad.

Se relaciona con la **TABLA N° 5, ¿La administración aplica técnicas de gestión administrativa?** Los resultados que se hallaron fue que de las 15 mypes encuestadas, 53.33% (8) en su administración si aplican técnicas de gestión administrativa, mientras que el otro 46.67% (7) desconoce o no aplica técnica alguna.

Objetivos Específicos 2

Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor utilizan procesos estandarizados.

Se relaciona con la **TABLA N° 4 ¿Aplicas normas de calidad que te permita mejorar tu negocio:** De las 15 encuestas, el 40% (6) de micro y pequeños empresarios aplican normas de calidad que le permite mejorar su negocio y el 60% (9) restante respondió que desconoce o no aplica normas de calidad.

Objetivos Específicos 2

Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor, cuenta con su misión, visión y valores en la atención al cliente.

En la **TABLA N° 10 ¿Su empresa ha definido su misión y visión?**

De las 15 encuestas se determinó que el 66.67% (10) encuestados tiene definido su misión y visión para su empresa, mientras que el 33.33% (5) no tiene definido su misión y visión.

Objetivos Específicos 3

Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio.

En la TABLA N° 14, ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio? De 15 encuestas, el 26.67% (4) encuestados capacita a su personal para asegurar la eficacia en el servicio, mientras que el 73.33% (11) no los capacita.

Objetivos Específicos 4

Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor están capacitados en atención de quejas y sugerencias para una mejor calidad de servicio.

La respuesta la encontramos en la **TABLA N° 21 ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?**, De 15 encuestas el 73.33% (11) recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente, mientras que el 26.67% (4) no recoge e ignora las sugerencias y reclamos del cliente.

Respecto a la Hipótesis General

“La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente influye en las mypes del sector servicios rubro restaurantes, categoría un tenedor.”

En nuestra opinión, si porque los propietarios que empíricamente entienden de calidad si han comprendido su impacto en mejora de la gestión, como evidencia, miden el tiempo de atención, se realiza encuesta de satisfacción, se evalúa la actitud de servicio del personal,

¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?

De 15 encuestas el 80% (12) evalúa el nivel de satisfacción del cliente, mientras que el 20% (3) no evalúa el nivel de satisfacción del cliente.

Este resultado se refuerza en el estudio de **Pérez, 2014**, que en su tesis titulada “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurant campestre SAC- Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012”, comprueba el gran impacto de una cultura de servicio que se puede formar dentro de la organización.

A las mismas conclusiones llega **Dávila, K.; Flores, M. (2017)**, en la tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas “Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”. En donde el grado de calidad de servicio que reciben los clientes tiene impacto en satisfacción.

CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones de la investigación

Al finalizar el presente informe final de investigación, podemos concluir que son microempresas con presencia de varios años en el mercado, con relativo conocimiento de gestión, práctica enfocados en sus clientes, que cotidianamente ofrecen sus servicios.

- Como principal conclusión, se determina que la gestión que se realiza en las mypes brinda el soporte para aplicar estrategias enfocadas en el cliente con el interés de lograr su fidelización.
- Las mypes efectivamente se conducen con un plan de calidad y han logrado en su mayoría estandarizar sus procesos clave.
- También tienen misión y visión con enfoque en el cliente.
- La gerencia promueve la capacitación de su personal, porque conoce que el cliente valora un nivel de servicio alto.
- Dentro de las estrategias de atención al cliente, se sigue de cerca la retroalimentación que representa la atención a las quejas y reclamos de los clientes, convirtiéndolas en oportunidades de mejora.

7.2 Recomendaciones

- Implementar en la gestión de la mype el uso de herramientas y normas de calidad que permita mejorar sus negocios, ya que según los resultados de la encuesta aún son carentes o es una debilidad para los micros y pequeños empresarios.
- Se sugiere que los microempresarios profundicen en conocer los alcances del uso de técnicas de atención al cliente y forjen una cultura de servicio en su organización para ello es necesario el interés o la importancia de capacitar al personal para una mejor atención y servicio al cliente.
- Por otro lado, se sugiere aplicar la metodología Kaizen de la mejora continua, para que en los procesos que son repetitivos, se identifiquen oportunidades de mejora y se alcance mejores niveles de gestión y servicio.
- El consumidor es una persona que merece cuidado en sus múltiples requerimientos y motivaciones. Es aquel que acude con la intención de adquirir bienes y servicios para su satisfacción.
- Se requiere promover una óptima eficacia en relación al consumidor sin distinciones, ni discriminaciones. Es imperativo especializar la labor de quienes están al frente de un mostrador y constituyen parte representativa de la imagen corporativa de la entidad.
- Recomiendo que la atención al cliente deje de ser una caja de sastre que alberga individuos huérfanos de preparación. Las empresas podrían mejorar remuneraciones, crear incentivos y contratar personal con cualidades y condiciones para esta invalorable actividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, R. (2016). *Gerencia estratégica para la Pequeña y mediana empresa en la ciudad de Iquitos 2016*. Tesis para optar el grado académico de Magister en Gestión Empresarial, UNAP, Iquitos, Perú.
- Arias, F. (1999). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica*. Venezuela: editorial episteme, C.A
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzales, T. (2006). *Gestión de la calidad, conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Código de ética para la investigación versión 001. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-Uladech Católica, de fecha 25 de enero del 2016
- Condori, L.J. (2016). Creación, organización y gestión de una boutique de ropa, calzado y accesorios femeninos pensando en ti mujer-Arequipa. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima, Perú.
- Dávila, K. & Flores, M. (2017). Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas, Escuela Profesional de Administración, Chiclayo, Perú.
- Empresa Sonsoles Sáez Sánchez. (Marzo de 2003). *Protección Personal. Ropa de Protección*. Recuperado el 01 de Agosto de 2017, de Protección Personal. Ropa de Protección:
http://www.enfermeriasalamanca.com/TRABAJOS_SALUD_LABORAL/SEGURIDAD/PROTECCION_INDIVIDUAL.PDF

- Fuentes, C. E. (2006). *Materiales de Construcción en Guatemala y su Aplicación actual*. Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Civil, Facultad de Ingeniería, Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Galan, M. (2009). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 05 de Enero de 2016, de <http://manuelgalan.blogspot.pe/2009/09/que-es-un-diseno-basico-metodologico.html>
- Gonzales, A. C. (18 de Marzo de 2007). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/14-puntos-de-la-calidad-segun-edwards-deming/>
- Guido, B. J. (2014). *El servicio que nos merecemos: Un diálogo sobre las relaciones entre empresas y clientes*. Lima: Penguin Random house grupo editorial S.A.
- Herrera, M. M. (2008). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa*. Veracruz.
- Jiménez, G. D. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de distribución de Morteros industrializados y materiales de construcción en la ciudad de Cuenca*. Tesis para optar el título profesional de Ingeniero Comercial, Escuela profesional de Ingeniería, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador
- Moya, G., Gonzáles, H. & Mantari, L. J. & Huamán, C. (2016). *Diseño de un plan de un plan de negocios para una boutique rodante en Lima metropolitana*. Tesis para optar el grado de Magister en Administración, Universidad ESAN, Lima, Perú.
- Planeta-De Agostini S.A. . (2001). *Diccionario Básico de la Lengua Española* (Vol.

II). Barcelona: Planeta-De Agostini S.A.

Planeta-De Agostini, S.A. (2001). *Diccionario Básico de la Lengua Española* (Vol. I).

Barcelona: Planeta-De Agostini, S.A.

Pérez, C.K. 2014. *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurant campestre SAC- Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012*. Tesis para optar el título de Contador Público, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

Rafael, J. M. (21 de Agosto de 2009). *Qualitytrends*. Obtenido de Qualitytrends:

<http://qualitytrends.squalitas.com/index.php/item/108-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>

Rafael, J. M. (3 de Marzo de 2010). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:

<https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>

Rugeles, B. (10 de Marzo de 2013). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare:
<https://es.slideshare.net/bettyrugeles/definicion-de-gestion-de-calidad>

Sánchez, F.G. (2019). *Desarrollo metodológico de la investigación*. Lima: ediciones

Normas Jurídicas

ANEXOS

1. Presupuesto

Se necesitó de un presupuesto que ascendió a S/.421.85, cubiertos con recursos propios.

Tabla 25

Ítems	Concepto	Unidad Medida	Cantidad	V Unitario S/.	C. Total S/.
1	Adquisición de documentos, revistas y libros.	Und	1	95	95
2	Adquisición de copias	Juegos	65	0.1	6.5
3	Redes / Celular.	Und	1	70	70
4	Impresiones	Juegos	3	14	42
5	Anillados	Und	3	6	18
6	Transportes	Und	9	6	54
7	Alimentación	Und	14	7	98
8	Gastos diversos	Und	1	38.35	38.35

Total S/. **421.85**

Fuente: Elaboración Carmen Morí.

2. Cronograma de Actividades

El cronograma de seguimiento y cumplimiento en el desarrollo del presente proyecto, en semanas por mes es el siguiente:

Tabla 26

CRONOGRAMA DE AVANCE	2018															
	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Se realizó el asesoramiento del docente para la	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Realización del proyecto de investigación.																
Identificación de las variables.			X	X												
Determinación del sector y rubro a estudiar.				X	X											
Título del proyecto de investigación.					X											
Elaboración de Planteamiento de la investigación.						X	X	X								

Elaboración del Marco Teórico y conceptual.									X	X	X	X					
Elaboración de Metodología de la investigación.												X	X				
Referencia Bibliográficas													X				
Revisión del turnitin.														X	X		
Presentación de Proyectos de Investigación.																X	

Fuente: Elaboración Carmen Morí

3. Matriz de elaboración de instrumento para las variables

Título de la investigación: Gestión bajo el enfoque en la atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor, distrito de Callería, año 2017.

Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems	N° de Ítems	Peso	Escalas	Instrumento
-----------	-----------	-------------	-------	-------------	------	---------	-------------

Gestión de Calidad	Plan de Calidad	Posee, Administra.	¿Aplicas normas de calidad que te permita mejorar tu negocio? ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad? ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?	9	42.86%	Nominal	Cuestionario
	Procesos Estandarizados	Posee, Administra.	¿Se ha estandarizado los procesos clave de la empresa? ¿Se tiene definido un plan de negocios? ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?				
	Misión, visión y valores	Posee, Administra	¿Su empresa ha definido su misión y visión? ¿A qué plazo está programado su visión?				

			¿Aplica su misión dentro de su restaurante?				
--	--	--	---	--	--	--	--

Enfoque en el cliente	Nivel de Servicio	<p>Plan de servicio</p> <p>Capacita a su personal</p> <p>Calidad de Servicio</p>	<p>¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?</p> <p>¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?</p> <p>¿Cuáles son los niveles de servicio que el cliente toma en cuenta para asistir a su restaurante tomando como ejemplo, la higiene, el servicio, el sabor, etc.?</p> <p>¿Está satisfecho con la gestión realizada en su plan de servicio?</p> <p>¿Cree que la capacitación al personal muestra claro interés de que no se produzcan errores en los servicios de atención al cliente?</p> <p>¿La calidad del servicio transmite confianza y seguridad a sus clientes?</p>	12	57.14%	Nominal	Cuestionario
-----------------------	-------------------	--	---	----	--------	---------	--------------

			¿Se encuentra satisfecho con la atención que brinda su personal a los clientes?				
	Atención Quejas y Sugerencias	Tiempo de atención	¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente? ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente? ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio? ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente? ¿El tiempo de atención al cliente ha satisfecho sus expectativas?				

Fuente: Elaboración Carmen Morí.

4 Matriz de validación

Título: Gestión bajo el enfoque en la atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor , distrito de Callería, año 2017.

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	CRITERIOS DE EVALUACIÓN												Observaciones y/o recomendación		
				Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Relación entre la variable y la		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el Item		Relación entre el Item y la opción de respuesta			
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI		NO	
Gestión de calidad	Plan de calidad	Posee, Administra	¿Aplicas normas de calidad que te permita mejorar tu negocio?															
			¿La administración aplica técnicas de gestión administrativa															
			¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?															
	Procesos estandarizados	Posee, Administra	¿Se ha estandarizado los procesos clave de la empresa?															
			¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?															
			¿Se tiene técnicas para la solución de problemas?															
	Misión, visión y valores	Posee, Administra	¿Su empresa ha definido su misión y															
			¿A qué plazo está programada su visión?															
			¿Aplica su misión dentro de su empresa?															
				¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?														

Nivel de servicio

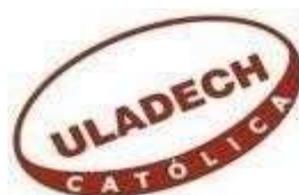
Grado de

¿Capacita al personal para asegurar la

Atención al cliente		satisfacción	eficacia en el servicio?																
			¿Cuáles son los niveles de servicio que el																
	Atención de		cliente toma en cuenta para asistir a su																
	quejas y		restaurante, tomando como ejemplo la																
	sugerencias		higiene, servicio, sabor, etc.?																
			¿Está satisfecho con la gestión realizada																
			en su plan de servicio?																
			¿Cree que la capacitación al personal																
			muestra claro interés en que no se																
			produzcan errores en los servicios de																
		atención al cliente?																	
		¿La calidad del servicio transmite																	
		confianza y seguridad a sus clientes?																	
		¿Se encuentra satisfecho con la atención																	
		que brinda su personal a los clientes?																	
		¿Se tiene establecido un protocolo de																	
		atención al cliente?																	
		¿Recoge sugerencias y atiende reclamos																	
		del cliente?																	
		¿Evalúa en su personal la actitud de																	
		servicio?																	
		¿Evalúa el nivel de satisfacción del																	
		cliente?																	
		Tiempo de	¿El tiempo de atención a sus clientes ha																
		Atención	satisfecho sus expectativas?																

Fuente: Elaboración Carmen Morí

5. Encuesta



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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA A MYPES

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor, distrito de Callería, año 2017”.

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../20....

Razón Social:

A. PREGUNTA GENERAL

1. ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

De 1 a 3 años ()

De 4 a 8 años ()

De 9 a más ()

B. GESTION DE CALIDAD

2. ¿Aplicas normas de calidad que te permita mejorar tu negocio?

Si () No ()

3. ¿La administración aplica técnicas de gestión administrativa?

Si () No ()

4. ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?

Si () No ()

5. ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?

Si () No ()

6. ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?

Si () No ()

7. ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?

Si () No ()

8. ¿Su empresa ha definido su misión y visión?

Si () No ()

9. ¿A qué plazo está programada su visión?

Corto Plazo ()

Mediano Plazo ()

Largo Plazo ()

10. ¿Aplica su misión dentro de su Restaurante?

Si () No ()

C. ATENCIÓN AL CLIENTE

11. ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?

Si () No ()

12. ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?

Si () No ()

13. ¿Cuáles son los niveles de servicio que el cliente toma en cuenta para asistir a su restaurante, tomando como ejemplo la higiene, servicio, sabor, etc.?

Bajo ()

Medio

()

Alto (

)

- 14. ¿Está satisfecho con la gestión realizada en su plan de servicio?**
Si () No ()
- 15. ¿Cree que la capacitación al personal muestra claro interés en que no se produzcan errores en los servicios de atención al cliente?**
Si () No ()
- 16. ¿La calidad del servicio transmite confianza y seguridad a sus clientes?**
Si () No ()
- 17. ¿Se encuentra satisfecho con la atención que brinda su personal a los clientes?**
Si () No ()
- 18. ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?**
Si () No ()
- 19. ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?**
Si () No ()
- 20. ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?**
Si () No ()
- 21. ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?**
Si () No ()
- 22. ¿El tiempo de atención a sus clientes ha satisfecho sus expectativas?**

Si () No ()

Pucallpa, noviembre de 2018

6. TURNITIN

Revisión informe final

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANT E

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 4%

Excluir bibliografía

Activo

6.5 ARTICULO CIENTIFICO



**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE, EN LAS MYPES DEL SECTOR
SERVICIOS, RUBRO DE RESTAURANTES CATEGORÍA
UN TENEDOR, DISTRITO DE CALLERÍA, AÑO 2017
CARMEN ROSA FLOR MORI PANDURO**

Universidad Católica Los Angeles de Chimbote - Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas - Escuela Profesional de Administración

Junio 2019

RESUMEN

El informe final de investigación tuvo por objetivo determinar la “Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor, del distrito de Callería, año 2017”. Esta investigación se origina al identificar como problemática la débil gestión de las mypes, el cual se produce por el desconocimiento de sus propietarios respecto a buenas prácticas en gerencia, situación que limita promover una cultura de servicio que muy bien contribuiría positivamente en la imagen del negocio y posicionarse consistentemente en el mercado. En consecuencia, el investigador se planteó el siguiente problema ¿cuál es la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes categoría un tenedor? En el desarrollo se empleó la metodología de investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental y descriptiva. Para el trabajo de campo se utilizó un cuestionario compuesto por 22 preguntas. Como resultados de la investigación, se evidencia que existen niveles de servicio que el cliente toma en cuenta al asistir a un restaurante, como por ejemplo: el servicio, la higiene, el sabor, etc. Por este motivo, las mypes del rubro restaurantes categoría un tenedor, deberían practicar el hábito de recoger las sugerencias y reclamos de sus clientes, para tomar conocimiento que aspectos brindan más valor y elaborar un plan de acción para su atención.

Palabras clave: atención al cliente, mypes, restaurante, servicio.

ABSTRACT

The objective of the final research report was to determine "Management under the customer service approach, in the mypes of the service sector, category one fork category restaurants, from the Callería district, 2017". This research originates by identifying as problematic the weak management of the mypes, which is caused by the ignorance of their owners regarding good management practices, a situation that limits the promotion of a service culture that would very positively contribute to the image of the business, and position yourself consistently in the market. Consequently, the researcher raised the following problem: what is the influence of quality management under the focus of customer service in the mypes of the services sector, category restaurants a fork? In the development, the research methodology of the quantitative type was used, descriptive level, non-experimental and descriptive design. For the fieldwork a questionnaire composed of 22 questions was used. As results of the investigation, it is evident that there are service levels that the client takes into account when attending a restaurant, such as: service, hygiene, taste, etc. For this reason, the mypes of the restaurant category a fork, should practice the habit of collecting the suggestions and claims of their customers, to take knowledge that aspects provide more value and develop a plan of action for their attenti

Keywords: customer service, mypes, restaurant, service.

1. Introducción

En un mundo globalizado como el de ahora de grandes cambios e innovación, que permite impulsar la inversión y la mejora productiva para el desarrollo con la formalización y generación de más puestos de trabajo para la población y el país en conjunto.

A esto se debe la gestión de calidad en la atención al cliente en el servicio, de restaurantes categoría un tenedor, distrito Calleria año 2017. Se muestra como uno de los ejemplos de los trazados en el conocimiento de la productividad de las mypes por sobresalir y mejorar con estrategias e innovación para lograr objetivos en dirección al éxito y la satisfacción del cliente o público consumidor con una buena atención, asegurando su calidad de trabajo y esfuerzo. Una buena gestión te genera una adecuada competitividad para asegurar un pleno desarrollo empresarial generando estrategias de permanencia y buen desarrollo laboral en base a las buenas prácticas y servicios brindados al cliente.

Bajo este marco, nos interesó atender como tema la gestión en los restaurantes categoría un tenedor del distrito de Callería, que son negocios con los que tenemos contacto a diario y nos satisfacen con el almuerzo tan importante para seguir trabajando, pero que esperamos se integren a la filosofía de la innovación, oportunidad y crecimiento de calidad en el servicio de atención, donde ciertamente hay mucho trabajo por hacer.

Asimismo, esta investigación se centró en la utilidad de las mypes sector servicios en diseñar y trazar estrategias de innovación en atención al cliente y la

implantación de nuevos estándares despertando el interés tanto de los clientes como de la competencia en el distrito de Callería - Pucallpa para el fortalecimiento y crecimiento de las mypes. El mismo gobierno promueve a la gestión del buen servicio y la formalización con la promulgación de leyes y conseguir el éxito con un cliente satisfecho y un país que progresa.

Como justificación bajo los principios de conveniencia, servirá para enfatizar la importancia de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes, la relevancia social; permitirá generar conciencia a los microempresarios y colaboradores sobre la importancia del valor social de trabajar en equipo, pues mejora la productividad y rentabilidad en beneficio de las familias y población, las implicancias prácticas, contribuirá a introducir el concepto de atención al cliente; Finalmente, como plan de mejora y dentro de las estrategias de atención al cliente, se sigue de cerca la retroalimentación que representa la atención a las quejas y reclamos de los clientes, convirtiéndolas en oportunidades de mejora.

La metodología de investigación que empleó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental y descriptiva.

Considerando como principales resultados podemos deducir que nuestro objetivo se relaciona con la Tabla 6 ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?

En el trabajo de campo se encuestaron a 15 propietarios de las cuales del 73.33% (11) indica que su plan de calidad si cumple con sus expectativas y que del 26.67% (4) no. Este resultado constituye una fortaleza, porque los empresarios si hacen uso de herramientas de mejora continua y los proyecta a lograr mejores resultados.

Asimismo, su importancia se refuerza con la tesis de **Aguilar R. (2016)** en su investigación “Gerencia estratégica para la Pequeña y mediana empresa en la ciudad de Iquitos 2016”, donde contrariamente a lo esperado, halló que las pymes de Iquitos no aplican la gerencia estratégica y muchas veces por no capacitarse lo que produjo que estas empresas no produzcan ni vendan como se esperaba.

Como principal conclusión, se determina que la gestión que se realiza en las mypes brinda el soporte para aplicar estrategias enfocadas en el cliente con el interés de lograr su fidelización.

Las mypes efectivamente se conducen con un plan de calidad y han logrado en su mayoría estandarizar sus procesos clave.

También tienen misión y visión con enfoque en el cliente.

La gerencia promueve la capacitación de su personal, porque conoce que el cliente valora un nivel de servicio alto.

Dentro de las estrategias de atención al cliente, se sigue de cerca la retroalimentación que representa la atención a las quejas y reclamos de los clientes, convirtiéndolas en oportunidades de mejora.

2. MOTODOLOGÍA

2.1 Diseño de investigación

El diseño metodológico de una investigación está formado por un diseño básico y dentro de él por un conjunto de procedimientos y técnicas específicas consideradas como adecuadas para la recolección y análisis de la información requerida por los objetivos del estudio. Por lo tanto, las características de una investigación dependen del propósito que se pretende alcanzar y estas son determinantes para el nivel de complejidad de la investigación y el tipo de estudio que se intenta desarrollar.” Galán, M. (2009). El diseño de esta investigación será no experimental - descriptivo.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión bajo enfoque de atención al cliente.

- **No experimental:** La investigación es no experimental. Se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto. **Sánchez, F.G. (2019)**
- **Descriptivo:** Carácter descriptivo. Sólo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio. **Sánchez, F.G. (2019)**

- **Transversal:** La investigación se realizó en un tiempo único. **Sánchez, F.G. (2019)**

2.1.1 Tipo de investigación

Es del tipo cuantitativa, porque para la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

2.1.2 Nivel de investigación

Nivel Descriptivo. Se busca comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

2.2 Población y Muestra

2.2.1 Población

Según Wilks (1962):

"Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones".

La población en estudio está conformada por 48 mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor del distrito de Callería. Esta cifra pudo ser confirmada en los registros de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, sin embargo, no todas están activas. Según información actualizada en Callería cuentan con la cantidad de 48.

2.2.2 Muestra

Para determinar la muestra, se ha considerado solo tomar como referencia, a los restaurantes ubicados en las principales vías del distrito, Por conveniencia.

En ese sentido, las mypes que participaran son las ubicadas en los jirones de: Jr. Inmaculada, Av. Sáenz Peña, Jr. Salaverry, Jr. Urubamba, Jr. Independencia y Jr. Tacna, etc. Todas suman 15 mypes.

2.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Arias (1999), “menciona que:” “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener información”.) pág.53).

2.4.1 Técnicas

Se utilizaron la observación y encuestas “para la obtención de los datos necesarios a la investigación.” Sánchez, F.G. (2019)

2.4.2 Instrumentos

“Para la recolección de datos,” se “elaboró un cuestionario estructurado contenido” en una encuesta.

Según **Arias (1999)**, “los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información” (pág.53).

2.5 Plan de análisis de datos

“Los datos de la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo y tabulación.” **Sánchez, F.G. (2019)**

2.6 Principios éticos.

“Los principios éticos descritos en el Código de Ética deben regirse bajo las normativas de elaboración de los proyectos de investigación de la universidad Uladech,” realizados “para los distintos niveles de estudios y modalidad; así como para los proyectos del Instituto de Investigación.”

El “presente Código de Ética tiene como propósito la promoción del conocimiento y bien común expresada en principios y valores éticos que guían la investigación en la universidad.” Ese “que hacer tiene que llevarse a cabo respetando la correspondiente normativa legal y los principios éticos” definidos en el presente Código, y su mejora continua, “en base a las experiencias que genere su aplicación o a la aparición de nuevas circunstancias.”

“Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, que ayudarán para realizar de manera plena con los objetivos señalados por los sectores comerciales e industriales,” y cumplirán para su desarrollo:

- Respeto “por las personas,”

- Equidad,

- Justicia.

“Siendo estos principios acordes con nuestra tradición cultural y particularmente relevantes para la ética de la investigación con personas.”¹

¹ Código de ética para la investigación versión 001. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-Uladech Católica, de fecha 25 de enero del 2016

3. Resultados

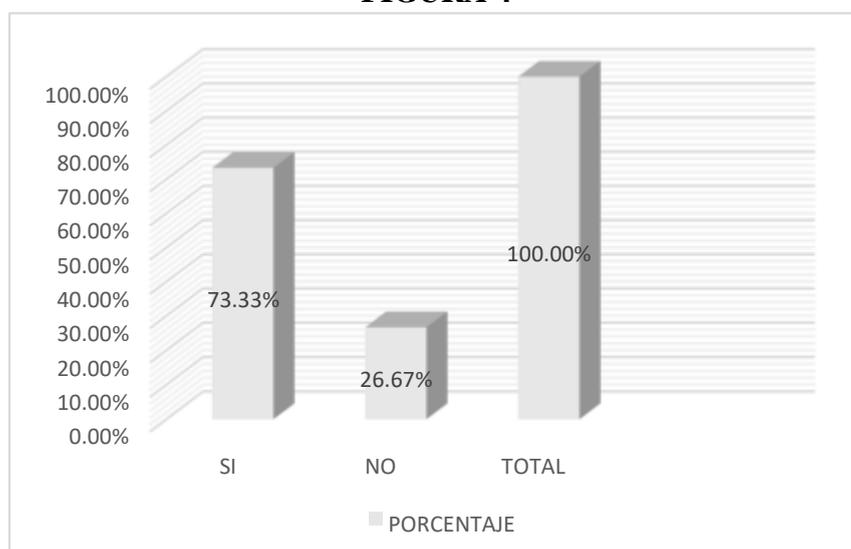
□ 5.1 Resultados

1. A. ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas? TABLA 6

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	11	73.33
No	4	26.67
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

FIGURA 4



Fuente: Tabla 6

Interpretación:

Se encuestaron 15 empresarios de las cuales del 73.33% (11) su plan de calidad cumple con sus expectativas y que del 26.67% (4) su plan de calidad no cumple con sus expectativas establecidas.

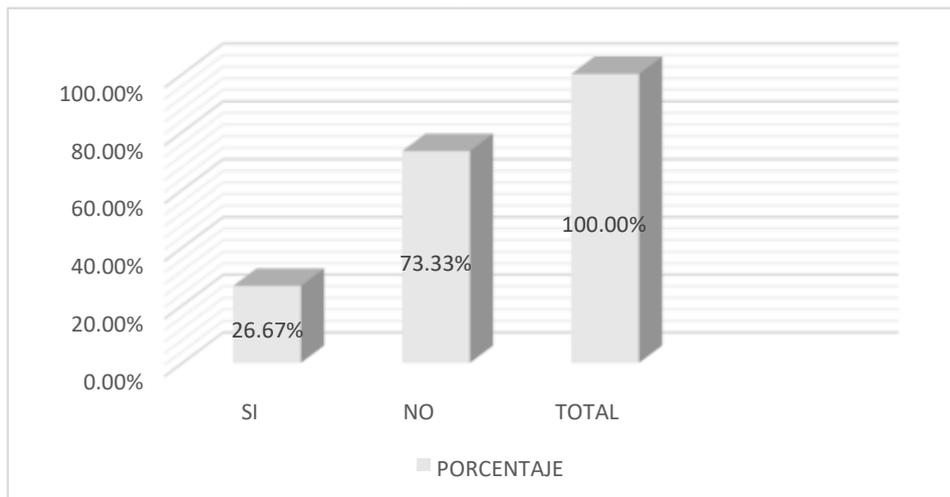
1. ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?

TABLA 14

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	4	26.67
No	11	73.33
TOTAL	15	100.00

Fuente: Investigación realizadas a las mypes del sector

FIGURA 12



Fuente: Tabla 14

Interpretación:

De 15 encuestas el 26.67% (4) encuestados capacita a su personal para asegurar la eficacia en el servicio, mientras que el 73.33% (11) no los capacita.

4. Discusión

Como parte del desarrollo del presente informe, relacionaremos los resultados obtenidos en la investigación, con los objetivos, marco teórico e hipótesis.

Objetivo General

Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro de Restaurantes categoría un tenedor año 2017. Nuestro objetivo se relaciona con la **TABLA N° 6 ¿Su plan de calidad cumple con sus expectativas?**

En el trabajo de campo se encuestaron a 15 propietarios de las cuales del 73.33% (11) indica que su plan de calidad si cumple con sus expectativas y que del 26.67% (4) no. Este resultado constituye una fortaleza, porque los empresarios si hacen uso de herramientas de mejora continua y los proyecta a lograr mejores resultados.

Asimismo, su importancia se refuerza con la tesis de **Aguilar R. (2016)** en su investigación “Gerencia estratégica para la Pequeña y mediana empresa en la ciudad de Iquitos 2016”, donde contrariamente a lo esperado, halló que las pymes de Iquitos no aplican la gerencia estratégica y muchas veces por no capacitarse lo que produjo que estas empresas no produzcan ni vendan como se esperaba.

En la TABLA N° 14, ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio? De 15 encuestas, el 26.67% (4) encuestados capacita a su personal para asegurar la eficacia en el servicio, mientras que el 73.33% (11) no los capacita.

Objetivos Específicos 4

Determinar si las mypes del sector servicios, rubro de restaurantes categoría un tenedor están capacitados en atención de quejas y sugerencias para una mejor calidad de servicio.

Este resultado se refuerza en el estudio de **Pérez, 2014**, que en su tesis titulada “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurant campestre SAC- Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012”, comprueba el gran impacto de una cultura de servicio que se puede formar dentro de la organización.

A las mismas conclusiones llega **Dávila, K.; Flores, M. (2017)**, en la tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas “Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”. En donde el grado de calidad de servicio que reciben los clientes tiene impacto en satisfacción.

• 5. Conclusiones

Al finalizar el presente informe final de investigación, podemos concluir que son microempresas con presencia de varios años en el mercado, con relativo conocimiento de gestión, práctica enfocados en sus clientes, que cotidianamente ofrecen sus servicios.

- Como principal conclusión, se determina que la gestión que se realiza en las mypes brinda el soporte para aplicar estrategias enfocadas en el cliente con el interés de lograr su fidelización.
- Las mypes efectivamente se conducen con un plan de calidad y han logrado en su mayoría estandarizar sus procesos clave.
- También tienen misión y visión con enfoque en el cliente.
- La gerencia promueve la capacitación de su personal, porque conoce que el cliente valora un nivel de servicio alto.
- Dentro de las estrategias de atención al cliente, se sigue de cerca la retroalimentación que representa la atención a las quejas y reclamos de los clientes, convirtiéndolas en oportunidades de mejora.

6. Recomendaciones

- Implementar en la gestión de la mype el uso de herramientas y normas de calidad que permita mejorar sus negocios, ya que según los resultados de la encuesta aún son carentes o es una debilidad para los micros y pequeños empresarios.
- Se sugiere que los microempresarios profundicen en conocer los alcances del uso de técnicas de atención al cliente y forjen una cultura de servicio en su organización para ello es necesario el interés o la importancia de capacitar al personal para una mejor atención y servicio al cliente.
- Por otro lado, se sugiere aplicar la metodología Kaizen de la mejora continua, para que en los procesos que son repetitivos, se identifiquen oportunidades de mejora y se alcance mejores niveles de gestión y servicio.
- El consumidor es una persona que merece cuidado en sus múltiples requerimientos

y motivaciones. Es aquel que acude con la intención de adquirir bienes y servicios para su satisfacción.

- Se requiere promover una óptima eficacia en relación al consumidor sin distinciones, ni discriminaciones. Es imperativo especializar la labor de quienes están al frente de un mostrador y constituyen parte representativa de la imagen corporativa de la entidad.
- Recomiendo que la atención al cliente deje de ser una caja de sastre que alberga individuos huérfanos de preparación. Las empresas podrían mejorar remuneraciones, crear incentivos y contratar personal con cualidades y condiciones para esta invalorable actividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, R. (2016). *Gerencia estratégica para la Pequeña y mediana empresa en la ciudad de Iquitos 2016*. Tesis para optar el grado académico de Magister en Gestión Empresarial, UNAP, Iquitos, Perú.

Arias, F. (1999). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica*. Venezuela: editorial episteme, C.A

Camisón, C., Cruz, S., & Gonzales, T. (2006). *Gestión de la calidad, conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación S.A.

Código de ética para la investigación versión 001. Aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0108-2016-CU-Uladech Católica, de fecha 25 de enero del 2016

Condori, L.J. (2016). Creación, organización y gestión de una boutique de ropa, calzado y accesorios femeninos pensando en ti mujer-Arequipa. Tesis para opta el título profesional de Licenciado en Administración, Escuela profesional de Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima, Perú.

Dávila, K. & Flores, M. (2017). Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas, Escuela Profesional de Administración, Chiclayo, Perú.