



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR SERVICIOS, RUBRO
RESTAURANTES EN AVENIDA LOS INCAS DEL
DISTRITO LA VICTORIA, CHICLAYO, 2019**

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

AUTOR:

LECCA ORREGO, CÉSAR ANTONIO

ORCID: 0000-0002-6813-9098

ASESOR:

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

TRUJILLO – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Lecca Orrego, César Antonio

ORCID: 0000-0002-6813-9098

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,
Estudiante de Pre Grado, Trujillo, Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa José Germán

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

FIRMA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Rosillo De Purizaca María Del Carmen

Presidente

Salinas Gamboa José Germán

Miembro

Mino Asencio María Isabel

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por haber forjado mi presente y
dirigido mis pasos por un buen
camino.

A mis muy amados padres, hermanos,
esposa, a mí hija, por su amor y cariño,
muy importantes en mi vida, mi razón de
ser, mí apoyo.

DEDICATORIA

A Dios, por darme fuerzas siempre
y no dejarme caer, por permitirme
enfrentar la vida con esperanza y
optimismo.

A mi familia, mis padres, hermanos,
hija y esposa, por ser su apoyo y
cariño constante.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar las características de gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo 2019, la metodología fue descriptivo, diseño no experimental - transversal. Se recogió la información tomando como muestra 15 propietarios, se aplicó una encuesta con 23 preguntas, obteniendo los siguientes resultados. El 60% poseen de 31 a 50 años y género masculino, el 86.66% son administrados por los dueños, el 60% conoce técnicas modernas de gestión, el 40% tiene por dificultad la no adaptación a los cambios, el 73.33% utiliza técnicas de observación para medir el rendimiento del personal, el 60% cree que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, para el 53.33% permite alcanzar los objetivos y metas, el 46.67% la emplean la gestión de calidad en el servicio brindado, para el 86.67% la atención es vital para que el cliente regrese, el 33.33% utiliza la comunicación, la atención personalizada y rapidez, el 60.00% brinda buena atención a los clientes, el 33.33% brinda buena atención para incrementar las ventas. Conclusiones: en su mayoría las microempresas las administraban dueños experimentados que conocen técnicas de gestión de calidad y saben que contribuyen al negocio, utilizan la observación para evaluar a sus trabajadores, los mismos que presentan dificultades para adaptarse a los cambios.

Palabras clave: atención, calidad, cliente, gestión, servicios.

ABSTRACT

The general objective of this research work was to determine the characteristics of quality management in customer service and improvement plan in micro and small companies in the service sector, restaurant category in Los Incas avenue in the district of La Victoria, Chiclayo 2019, la methodology was descriptive, non-experimental design - cross-sectional. The information was collected taking as a sample 15 owners, a survey with 23 questions was applied, obtaining the following results. 60% are between 31 and 50 years old and are male, 86.66% are managed by the owners, 60% know modern management techniques, 40% have difficulty not adapting to changes, 73.33% use management techniques. observation to measure staff performance, 60% believe that quality management contributes to business performance, for 53.33% it allows achieving objectives and goals, 46.67% use quality management in the service provided, for the 86.67% service is vital for the customer to return, 33.33% use communication, personalized attention and speed, 60.00% provide good customer service, 33.33% provide good service to increase sales. Conclusions: most micro-businesses are managed by experienced owners who know quality management techniques and know that they contribute to the business, they use observation to evaluate their workers, who have difficulties adapting to changes.

Keywords: attention, quality, customer, management, services

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Resumen	vi
6. Abstract.....	vii
7. Contenido.....	viii
8. Índice de tablas.....	iv
9. Índice de figuras	x
I. INTRODUCCIÓN	11
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	15
2.1. Antecedentes	15
2.2. Bases Teóricas.....	23
2.3. Marco conceptual	34
III. HIPÓTESIS	36
IV. METODOLOGÍA	37
4.1. Diseño de la Investigación	37
4.2. Población y muestra	38
4.3. Matriz definición y operacionalización de variables e indicadores	39
4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	43
4.5. Plan de análisis	43
4.6. Matriz de consistencia	45
4.7. Principios éticos.	46
V. RESULTADOS	47
5.1. Resultados	47
5.2. Análisis de los Resultados	53
5.3. Plan de mejora	60
VI. CONCLUSIONES.....	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
ANEXOS	79
Anexo 1. Cronograma de actividades	79
Anexo 2. Presupuesto	80
Anexo 3. Directorio de Mypes	81
Anexo 4. Protocolo de Consentimiento Informado	82
Anexo 5. Instrumento de Aplicación	83
Anexo 6. Hoja de resultados de trabajo	87
Anexo 7. Figuras	92
Anexo 8. Turniting	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Caracterización de los Representantes de las micro y pequeña empresas	47
Tabla 2 Caracterización de las micro y pequeña empresas	48
Tabla 3 Características de la gestión de calidad de las micro y pequeña empresas	49
Tabla 4 Plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	92
Figura 2. Genero	92
Figura 3. Grado de instrucción	93
Figura 4. Cargo que desempeña.....	93
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	94
Figura 6. Tiempo de la empresa en el rubro.....	94
Figura 7. Número de trabajadores.....	95
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son.....	95
Figura 9. Objetivo de creación	96
Figura 10 Conocimiento de las técnicas modernas de gestión de calidad.....	96
Figura 11 Conocimiento sobre gestión de calidad.....	97
Figura 12. Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	97
Figura 13. Conoce técnicas de medición de rendimiento del personal	98
Figura 14. El rendimiento de la gestión de la calidad contribuye y mejora el negocio.....	98
Figura 15. La gestión de calidad permite alcanzar los objetivos y metas	99
Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente.....	99
Figura 17. Empleamos la gestión de calidad en el servicio brindado a los clientes.....	100
Figura 18. La atención es fundamental para que el cliente regrese	100
Figura 19. Herramientas que utilizamos para un servicio de calidad.....	101
Figura 20. Principales factores para la calidad del servicio que brinda	101
Figura 21. Brindamos una buena atención a los clientes.....	102
Figura 22. Consideramos brindar una mala atención al cliente	102
Figura 23. Logramos buenos resultados al brindar una buena atención al cliente.....	103

I. INTRODUCCIÓN

En este trabajo se tuvo en cuenta las variables gestión de calidad y la variable atención al cliente de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019, dicho distrito se encuentra a 28 de Altitud (msnm) con una ubicación geográfica: latitud Sur: 06°47'18, longitud oeste: 79°50'12, abarca 32 km² en el 2017 se calculó una población de 90, 912 habitantes, la región Lambayeque se encuentra situado al norte de Perú, esta ubicación geográfica le brinda un clima variado y abundante riqueza en el mar litoral, costa y sierra, lo que también influye en su demografía. (MDDL, 2018)

Un factor común en los países de América Latina ha sido siempre la existencia de problemas sociales como pobreza extrema, abarcando tanto zonas rurales como urbanas en donde se desarrollan las micro y pequeñas empresas, por lo que el impulso y desarrollo de estas empresas son la alternativa para sacar de la pobreza en la que se encuentra sumergida la población. Este impulso debe darse de la mano de las entidades que las alimentan económicamente como lo son las entidades financieras las cuales tratan de profundizar constantemente y se enfocan en desarrollar sus actividades en este segmento del mercado (Banco de España, 2019)

Del total de oferta laboral en nuestro país la gran mayoría es ofrecido por las micro y pequeñas empresas, en función de cómo brindan dicho empleo generan aproximadamente el 50% del Producto Bruto Interno (PBI), es allí que radica la importancia de las micro y pequeñas empresas y el impulso que debe mantener el estado por medio de los organismos gubernamentales que posee para la creación y asesoría a las mismas ya que son la principal fuente de empleo del país. (Banco de Desarrollo America Latina, 2019)

La única forma de aliviar la pobreza en el Perú y en la región Lambayeque es impulsando este desarrollo empresarial por medio de mecanismos formales pre establecidos que permita que los empresarios no sientan temor de visualizar sus sueños de crear una empresa, sin correr riesgos ni tener incertidumbres por falta de información o trabas burocráticas. En Lambayeque los empleados que laboran en las micro y pequeñas empresas, se componen en más de un tercio de la población total en actividad económica. En el rubro restaurantes el distrito de La Victoria tienen un camino positivo en el año 2020, con el boom de la comida peruana que se renueva

cada día debido a la riqueza cultural regional y actividades desarrolladas por las empresas involucradas, por lo que un crecimiento importante podría darse. Las empresas del rubro no se encuentran preparadas para aprovechar dicho cambio, pues no aplican las técnicas de gestión de calidad en la atención al cliente, lo que dificulta que los negocios se desarrollen adecuadamente y desaprovechan las oportunidades que posee el mercado culinario en nuestra región, lo que dificultaría que el distrito de La Victoria logre desarrollarse y llegue a ser un referente en las negocios de dicho rubro por la buena atención que brinde debido a una gestión de calidad eficiente.

Fue identificado el siguiente problema de investigación ¿Cuáles son las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes en la avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo 2019? para dar respuesta a la interrogante se propuso como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo 2019.

Para la consecución del objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019. Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019. Elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019.

La presente investigación se justificó porque permitió determinar las principales características de los representantes, así como de las micro y pequeñas empresas y de la gestión de calidad en atención al cliente del sector servicios rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019. Así mismo nos permitió crear un plan de mejora de gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en

avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019. Aportó conocimientos a los estudiantes, emprendedores y profesionales que deseen conocer a cerca de la gestión de calidad en la atención al cliente y los micro empresarios del rubro que buscan brindar una mejor atención al cliente buscando mejorar las posibilidades de éxito en el competitivo mercado en el que se desempeña, obtener un mayor número de clientes, conseguir la fidelidad de los mismos y mejorar la imagen de la marca.

La metodología de la investigación fue descriptiva, no experimental y transversal, fue descriptiva porque se desarrolló la investigación sin alterar sus características, tal y como se encontró en la naturaleza, no experimental porque se realizó una investigación sin manipular la variable gestión de calidad en la atención al cliente, así mismo fue transversal porque el estudio fue desarrollado en un determinado espacio de tiempo con un inicio y un fin. Así mismo se aplicó la técnica de encuesta y para el recojo de la información se utilizó el instrumento cuestionario tomando en cuenta una población y muestra formada por 15 Micro y pequeñas empresas, a las que se les aplico un cuestionario estructurado con 23 preguntas, las 9 primeras referidas a las características de los clientes y micro y pequeñas empresas y las 14 restantes a las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante de la Av. Los Incas en La Victoria, Chiclayo, 2019.

La presente investigación arrojó los siguientes resultados, el 60% poseen de 31 a 50 años y género masculino, el 86.66% son administrados por los dueños, el 60% conoce técnicas modernas de gestión, el 40% tiene por dificultad la no adaptación a los cambios, el 73.33% utiliza técnicas de observación para medir el rendimiento del personal, el 60% cree que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio y el 53.33% permite alcanzar los objetivos y metas, el 46.67% la emplean en el servicio brindado a los clientes, el 86.67% cree que la atención es fundamental para que el cliente regrese, el 33.33% utiliza la comunicación como herramienta y una atención personalizada y rapidez, el 60.00% brindar una buena atención a los clientes, el 33.33% brindar una buena atención se logra incremento en las ventas.

Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeña empresas son de género masculino, tiene de 30 a 50 años, poseen estudios no universitarios, los dueños son los administradores del negocio y poseen experiencia.

La mayoría de las microempresas tienen presencia en el mercado, contratan de 1 a 5 trabajadores, la mayoría es su familia y han creado sus negocios para obtener ganancias.

La mayoría tiene nociones de gestión de calidad, se apoyan en la observación como técnica moderna de gestión de calidad, saben que aporta al rendimiento de sus negocios, la mayoría porcentual posee trabajadores que no se adaptan a los cambios para la implementación de dicha gestión de calidad y se basan en la comunicación y la confianza para brindar un buen servicio. Así mismo la mayoría tienen nociones de atención al cliente, saben que es vital para el retorno del cliente e incremento de las ventas, además se apoyan en la atención personalizada y la rapidez del servicio para como pilares de la calidad del servicio que brindan.

El plan de mejora que ha sido propuesto en la presente investigación identificó las fortalezas y debilidades que posee la empresa buscando contribuir a mejorar la gestión de la empresa, con la ayuda del diagnóstico y los factores internos y externos que han sido gestados van a favorecer una gestión de calidad en la atención al cliente eficiente en las micro y pequeña empresas del sector servicios rubro restaurantes, permitiéndoles incrementar sus ventas, cartera de clientes e ingresos.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Lopez (2018) en su tesis titulada *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, el cual presento como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, la metodología descriptivo, con enfoque mixto, se desarrolló a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente obteniendo las siguientes resultados: A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa dependiendo de ello el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente termine satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Además se obtuvieron los siguientes factores vitales en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Se demostró que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, finalmente concluyó que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente así mismo, si disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

Burgos (2017) en su tesis *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-bar Ouzo Agave Azul S.A.S. Bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS- USNA 008, en la Universidad Libre de Colombia*, planteo el objetivo general Desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante- bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa Marta, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008. En la metodología, la investigación del presente proyecto tuvo una parte cualitativa y una parte cuantitativa por consiguiente fue de tipo mixta. En los resultados se obtuvo que en las ventajas de la implementación y desarrollo del sistema de gestión de calidad se aprecian perdidas por falta de control de aspectos de riesgos, no calidad y gestión de cambios además se obtuvo que para lograr el

incremento en la satisfacción de los clientes se debe disminuir los tiempos de espera de acceso y disminución de los tiempos de entrega del pedido, mejorar la capacidad de atención, así mismo el incremento de la motivación y rendimiento de los empleados, en las conclusiones encontró que la organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores, por otro lado en cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidenció poco progreso, en cuanto a que no se identificaron métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerla. La falta de control y medición derivada en la insatisfacción de los clientes sobre procesos específicos como la gestión del servicio al ingreso y durante los momentos claves del mismo. Por otro lado los procesos orientados a las labores de operación del objetivo de servicio de la organización y el soporte de los mismos, mostraron resultados de avance superiores.

Villalba (2016) en su tesis *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y sugerencias de mejora. Investigación realizada por la Pontificia Universidad Católica Del Ecuador, en Quito - Ecuador*, presento como objetivo general analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos, se empleó una metodología descriptiva, concluyendo que se ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización ya que esto conlleva a grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado, la mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente, en cuanto al ambiente laboral, se pudo constatar que los colaboradores tienen claras sus funciones y responsabilidades, sin embargo se sienten desmotivados por la falta de entrenamiento y capacitaciones, lo cual es considerado como un impedimento para crecer profesionalmente dentro de la organización.

Rojas (2020) en su tesis *Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas rubro restaurant – Cevichería en el AA.HH. la Primavera - Piura, año 2017*, cuyo objetivo principal fue determinar las características de la competitividad y atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas rubro restaurant - cevichería en el AA.HH. La Primavera - Piura, año 2017. La metodología la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y corte transversal, siendo la técnica de recojo de datos la encuesta y el instrumento el cuestionario, estructurado con preguntas cerradas de escala nominal y ordinal, conclusiones, se identificó que el 79% de encuestados mencionan que la Micro y pequeñas empresas si ofrece un producto de calidad, el 100% han ingresado nuevos competidores al sector de las Micro y pequeñas empresas, el 69% ofrece una forma de compra fácil y rápida, el 95 % de encuestados se consideran clientes negociados debido a que siempre negocian el precio de un producto. En las conclusiones se identificaron como factores de la competitividad, las capacidades directivas, la innovación, los recursos humanos, las ventajas competitivas y los recursos comerciales, así mismo se concluyó que todo líder debe tener la capacidad de saber resolver problemas y la capacidad de saber trabajar individual y colectivamente, las MYPE no innovan en cuanto al producto y servicio, en función a los recursos humanos, en base a la competitividad, las MYPE se caracterizaron por brindar un producto de buena calidad acompañado de un precio accesible y en relación a la atención al cliente estas se caracterizan por brindar una atención de calidad inspirando de tal manera confianza en el consumidor.

Ramírez (2019) en su tesis *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019*, cuyo objetivo consistió en determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019. La metodología presentó un diseño no experimental-transversal-descriptivo, la población estuvo conformada por 18 representantes de las Micro y pequeñas empresas, con una muestra igual a 10 representantes, la técnica utilizada fue encuesta y el instrumento fue el cuestionario, para el plan de análisis se utilizó el programa estadístico Excel.

En los resultados: el 60.00% de los representantes tenían de 31-51 años de edad, el 70.00% de los representantes tenía como objetivo generar ganancias, así mismo el 30.00% utilizó equipos modernos. Concluyendo que la minoría presenta equipos e inmuebles modernos en sus restaurantes, mientras la mayoría afirmaron que los servicios que ofrecen son fiables, la mitad de los dueños interactúan con clientes sobre los servicios que ofrecen los restaurantes, la mayoría están atentos problemas del cliente y la minoría practican las políticas empresariales cumpliendo con lo establecido.

Rosas (2019) en su tesis *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019*, cuyo objetivo general fue determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeña empresa del sector servicios rubro restaurantes y servicio movil de comidas, distrito de Huaraz 2019, la metodología fue diseño no experimental-transversal descriptivo, poblacion de 33 micro empresas, mediante la técnica encuesta a quienes se aplico el instrumento cuestionario de 18 preguntas; en los resultados, el 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 60.61% son mujeres, el 42.42% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia, el 51.52% cuentan de 3 a 5 trabajadores, el 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, el 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. En

conclusión la mayoría de los representantes desconoce la gestión de calidad en la atención al cliente, sin embargo reconocen que contribuye al rendimiento de sus negocios.

Apolinario (2018) presento la tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas de elaboración y expendio de alimentos y bebidas - decreto supremo 007-98 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, del distrito de Huaraz, 2016*, cuyo objetivo general fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo las normas de elaboración y expendio de alimentos y bebidas - Decreto Supremo 007-98 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2016, utilizo la metodología, no experimental-transversal, nivel cuantitativo, tipo descriptiva, así mismo en los resultados el 53% de los gerentes son propietarios, el 69,23% llevan en el cargo de 5 a más años, el 26,92% tienen estudios universitarios completo y el 69,23% ha recibido capacitación sobre las buenas prácticas de manipulación, el 50% a veces establece programas de limpieza y desinfección de áreas y programas de control de plagas, concluyó que para garantizar la calidad del alimento se debe cumplir los requisitos que establece el DS 007-98, la gestión de calidad se debe emplear correctamente porque es una herramienta que mediante ello se puede ofrecer un producto sano y seguro.

Medina (2018) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas rubro pollería del distrito de vice – Sechura año 2018* tuvo como objetivo general, conocer qué características tiene la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro pollería, distrito de Vice – Sechura, año 2018, utilizó metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, en los resultados el 75% tuvo una expectativa elevada del servicio, así mismo el liderazgo de la empresa tuvo como prioridad el servicio prestado, el mismo porcentaje se obtuvo para la empresa utiliza recursos tecnológicos orientadas a brindar este servicio, un 17% siempre manifiesta sus quejas. El 78% recomendaría el lugar, el 78% afirmó que el servicio es rápido, el 76% afirmó que ha percibido una atención personalizada, en las conclusiones en la atención al cliente resalta que la mayoría de los clientes recibe un trato preferencial y califica la atención brindada como regular,

así mismo destacan la que valoran a los clientes y un alto grado de fidelización al negocio.

Almestar (2017) en su tesis *Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, Año 2017*, presento como objetivo determinar las características que tiene la competitividad y atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del rubro pollerías en urb. Ignacio Merino I y II etapa - Piura, año 2017, la metodología fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, en los resultados el 68% indicó que la calidad del servicio es buena y que la fortaleza de los negocios era la infraestructura, el 73% consideró que los trabajadores estaban bien informados para brindar el servicio, el 57% afirmó que atienden las consultas, un porcentaje similar afirmó ser fieles a la pollería, el 47% afirmó que ha mejorado el servicio, el 70% si retornaría y un 65% lo recomendaría ya que satisfacen sus necesidad y expectativas, resaltando que la calidad del servicio va acorde al precio, finalmente el 50% consideró que los trabajadores cuentan con los recursos adecuados, concluyendo en cuanto a las características de la variable competitividad, se determinó que la fortaleza más notoria en la mayoría de las Micro y pequeñas empresas es la infraestructura, también se estableció que la calidad de servicio es buena, en relación a las características de la variable atención al cliente, se determinó que la mayoría de clientes percibe que los colaboradores están informados sobre los productos que ofrecen y son atendidos sobre alguna duda o consulta, por otro lado, los clientes no se consideran fieles al servicio de las pollerías y si cambiaría de pollería por una propuesta mejor, finalmente consideran que las micro y pequeñas empresas no se interesan por mejorar y que el factor de mejora es la atención al cliente.

Rodriguez (2019) en su tesis *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Santiago de Chuco, 2019*, tuvo como objetivo general, determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Mype del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Santiago de Chuco 2019, la metodología fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, no experimental transversal con un

cuestionario aplicado a 10 Mypes, en los resultados obtenidos el 70% se encontraba entre 31 y 50 años 60% género femenino, 100% eran dueños del negocio, 50% mantiene el negocio más de 7 años, así mismo 100% desconocía lo que significa REMYPE y no se encuentran inscrito en dicha entidad, el 70% conocía el termino gestión de calidad, 90% manifestó que utiliza técnicas modernas, el 100% consideró que es importante la gestión de calidad ayuda en sus metas y conoce lo que significa la atención al cliente y su importancia en la gestión de calidad, el mismo porcentaje consideró que ofrece un servicio de calidad y se basaron en la atención personalizada, el 50% indicó que la ventaja de brindar un servicio de calidad es la rentabilidad, el 100% consideró que ofrece un servicio orientado al cliente cumpliendo sus necesidades, el mismo porcentaje considera que ha logrado fidelizar al cliente, 80% realiza análisis del cliente mensualmente. Se concluyó que la mayoría de los representantes son de género femenino con estudios universitarios, tienen más de 7 años de desempeño en el cargo, las Mypes no se encuentran registradas en REMYPE y la mayoría conocen lo que significa gestión de calidad y atención al cliente, asimismo consideran que es de gran importancia para sus empresas, hace falta capacitación y es necesario implementar más formas de motivación.

Sernaque (2018) en su tesis titulada *Gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del distrito de La Esperanza, año 2017 y propuestas de mejora, ULADECH – La Libertad*, presentó como objetivo determinar la gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de La Esperanza, año 2017 y propuestas de mejora. La metodología fue descriptiva, para recopilar la información se tomó una muestra de 67 restaurantes, en los resultados, los restaurante brindaban un servicio de acuerdo a la necesidad del cliente en un 100%, los clientes los escogía por los precios cómodos en un 69%, la capacitación es una herramienta para mejorar la atención a los clientes en un 87%, el 79% de los encuestados indicó que si han capacitado o brindado charlas a sus trabajadores acerca de atención al cliente, concluyendo que los dueños de las Mypes lo administraban de manera empírica y no tenían conocimientos teóricos sino prácticos de administración por lo general los dueños eran los mismos cocineros; la atención al cliente era improvisada, con personal que brinda un servicio a la

necesidad del cliente pero que no lograba satisfacerlo en su totalidad, la mayoría de encuestados brindaba un servicio acorde a la necesidad del cliente, la mayoría de los encuestados indicaron que utilizan el plan de trabajo y el plan estratégico para gestionar su empresa, la mayoría indicó que escogían su restaurante por los precios cómodos, la mayoría indicaron que la frecuencia de asistencia de clientes a su restaurante es muy seguido, la mayoría de los encuestados consideraba importante la capacitación para mejorar la atención al cliente, la mayoría indicó haber brindado charlas a sus trabajadores en atención al cliente, sin embargo, al ser solo una charla, no existe el compromiso de los trabajadores, la mayoría de encuestados indicó no haber recibido quejas o reclamos por una mala atención.

Villacorta (2017) en su tesis *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018*, cuyo objetivo general fue determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurante urbanización Los Jardines, Trujillo 2018, la metodología fue diseño no experimental, transversal descriptivo, la población muestral fue de 11 restaurantes. En los resultados “el 91% de los representantes de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores, el 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el término atención al cliente, el 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente, el 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente para que regrese, el 64% utilizan la comunicación, el 82% brindan una buena atención al cliente”, en las conclusiones: la mayoría tenía de 1 a 5 trabajadores y conocimiento del término atención al cliente, todos aplicaban la calidad en la atención, casi en su totalidad afirmaron que es vital la atención al cliente para que este regrese y brindan una buen atención, finalmente la mala atención era la consecuencia de una mala organización.

Martinez, Milian, & Onésimo (2018) presento su tesis *Propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio del restaurante SUMAQ, Chiclayo, 2016*, utilizaron en la metodología el tipo de investigación nivel descriptivo, propositiva, no experimental, en los resultados, el 82% afirmó que el servicio de calidad no se ha conseguido con las capacitaciones brindadas, así mismo

son insuficientes para aumentar las habilidades y destrezas de los empleados a favor de sus clientes, así mismo el servicio de calidad no estaba asegurado pues la empresa no proporcionaba los recursos necesarios para ello, el 66% afirmó que la empresa cumple con lo que ofrece en su publicidad, el 90% afirmó que la atención brindada es confiable y segura, finalmente el 53% afirmó que el personal no cuenta con las habilidades necesarias para brindar un buen servicio y no poseen la actitud necesaria, en las conclusiones el servicio ofrecido era adecuado, estaba de acuerdo a las expectativas de los clientes, el mismo que es resultado de lo que afirmado por el 80% de participantes en empatía y fidelidad.

2.2. Bases Teóricas

Definición de Micro y pequeña empresa

Según la ley 28015, (Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa) la misma que deja establecido en artículo 2 que las micro y pequeñas empresas MYPE, se trataría de la unidad económica que se encuentra constituida bajo personería natural o jurídica y alguna forma de organización empresarial que a su vez se encuentre enmarcada en las leyes vigentes, la misma tendría como objetivo el desarrollo de actividades de extracción, producción o transformación de bienes o la prestación de servicios. (El Congreso del Perú, 2013) Así mismo éstas deben formalizarse y de esa manera aportar al desarrollo del empleo en el país, ocasionando así que el trabajador goce de todos sus derechos y beneficios de ley.

Características generales de las MYPE

- La microempresa comprende hasta un monto máximo de 150 “Unidades Impositivas Tributarias – UIT”.
- Para la pequeña empresa comprende desde el monto máximo señalado para la categoría anterior 150 UIT, hasta un máximo de 1700 UIT.
- Para la mediana empresa comprende ventas anuales superiores a las 1700 UIT, hasta un monto máximo de 2300 UIT.

Como se puede notar las definiciones actuales de las Micro y pequeña empresa ya no toman en cuenta el número de trabajadores sino el tamaño de las ventas alcanzadas y de esa forma brindar una alternativa a las Micro y pequeña

empresas con respecto a que pueden contratar más trabajadores que la cantidad mínima anteriormente mencionada según su clasificación. (El Congreso del Perú, 2013) referenciado por (SUNAT, 2020).

Importancia de las Mype

Según Guzmán (2018) quien toma conceptos del Ministerio de Trabajo nos dice que la importancia de las Mype en el Perú radica en 7 factores básicos como son los siguientes:

- a. Su aporte al PBI, siendo sin duda uno de las principales generadoras e impulsadoras del crecimiento económico del país aportan el 40% del PBI nacional.
- b. Ayudan en la generación de empleo, su aporte en este aspecto es muy valioso y decisivo para el desarrollo del país y la región, aportando competitividad e inclusión en la lucha contra la pobreza, pues generan cerca del 47% de empleo en toda América Latina.
- c. Son un motor de desarrollo, ya que las Mypes en nuestro país representan el 98,6% del total de unidades empresariales lo que permite que millones de trabajadores peruanos puedan salir adelante y contribuir con la economía y el desarrollo del país, así mismo dinamizan la economía.
- d. Generan empresas, en nuestro país el 96,5% está comprendido por las Mypes según la Sociedad de Comercio Exterior.
- e. Permite el desarrollo de mujeres emprendedoras, según el Ministerio de la Producción a finales del 2017, más de un 1 270 000 Mypes son manejadas por mujeres de las que cerca del 80% se encuentran en el interior del país y un porcentaje cercano al 20% están en Lima.
- f. Incremento de los créditos Mype, a inicios del año 2018 cerca de S/ 11,831 millones de soles fueron colocados por las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito lo cual representó un incremento del 13,7% respecto al mismo periodo del año anterior.

Definición de restaurante

Establecimiento de carácter público donde se sirven comidas a la carta o contenidas en el menú a un precio y horarios predeterminados, puede brindar

distintos tipos de comidas, preparados en diferentes tipos de cocinas. (Larousse Gastronomique, 2021)

El termino restaurante hace referencia a una empresa, que al no manejar grandes volúmenes económicos, no puede permitirse realizar acciones comerciales de marketing para atraer clientes, pues el destino del mismo está determinado en el día a día, de acuerdo al grado de satisfacción que obtengan los clientes, así mismo la mesas se irán ocupando hasta llegar al punto de tener que realizar acciones comerciales para atraer clientes. (Biosca, 2013)

Gestión de Calidad

La gestión de la calidad es un proceso de total cambio que tuvo el concepto de calidad y sus implicaciones. Es decir se trata de la evolución de la calidad total entendiéndose que comprende a cada de uno de los aspectos que posee la organización involucrando a todos sus miembros. Este enfoque moderno de gestión de calidad exige que su cumplimiento deba satisfacer las expectativas del cliente, ahorrar tiempo y dinero haciendo las cosas con calidad, comprender que la calidad es responsabilidad de todos y evitar errores, realizando las cosas correctamente desde la primera vez. Es el desarrollo a futuro de la calidad total e involucra la organización en todas sus dimensiones así como también se encarga de esta manera de involucrar a todos los miembros que pertenecen a esa organización. (Sirvent et al., 2017)

Teoría de Gestión de calidad

Para Camisón et al. (2006) se trata de un proceso y estrategia que va conjuntamente con el servicio al cliente. Este concepto, al tratarlo como un ideal de gestión explica que no se podría confundir con una programación de calidad que obligatoriamente necesita un comienzo y final, pero que debe mejorarse continuamente de acuerdo con las necesidades del cliente. La definición de esta teoría está basada en tres elementos (principios, técnicas y prácticas) sirve de base para la configuración de la prueba filosófica que ha ingresado en el sistema de gestión y alcance. Una función de gestión especializada que se añade a la estructura organizacional.

- Flexibilidad, facilitar la integración del sistema, sin disminución de una parte

de documentación y formalización.

- Innovación la misma que debe compatibilizar y ser estandarizada.
- Constructo de metodologías y conceptos, manteniéndose consistente internamente.
- Unión de grupos de conveniencia para satisfacer al cliente
- Colaboración conservando intactas las responsabilidades sociales de cada individuo.

Niveles de Gestión de Calidad

Según Cristancho (2014) existen tres niveles de gestión de la calidad dentro de una organización.

a) Nivel Estratégico

Este nivel está referido al planeamiento del desarrollo del trabajo, enfocado en cumplir los objetivos que posee la organización, estableciendo los planes de acción para llevar a cabo para que la compañía pueda funcionar correctamente. En este además se determinan los objetivos y normativas para la actividad y obtención de los recursos a utilizar, aquí se ubican las cabezas que dirigen la empresa, como son la dirección y gerencia.

b) Nivel Táctico

El presente nivel tiene como objetivo el desarrollo planificado y detallado de cada una de las áreas que posee dicha empresa u organización, ésta partirá de la base que ha sido elaborada por el nivel estratégico, así mismo este nivel está dirigido por personal que se encuentra en un rango medio como jefes de área y está referido a la planificación de los productos que abarca dicha empresa.

c) Nivel Operativo

En este caso está referido al desarrollo de las acciones en específico de las que se encarga cada colaborador en cada sector que abarca la empresa, dicho trabajo y acciones serán desarrolladas siguiendo los lineamientos trazados por las instancias o niveles superiores anteriormente mencionados, este nivel está ejecutado por jefes de rango menor, cumpliendo cada uno con tareas particulares que les ha sido asignadas por las instancias superiores.

Principio de Gestión de la Calidad

Según Sirvent et al. (2018) nos habla de la existencia de 7 principios de gestión de la calidad los mismo que no podemos dejar de tener en la cuenta para lograr un óptimo sistema de gestión, deberá velarse por el cumplimiento de dichos principios encontrando siempre herramientas y procedimientos buscando ayudar a mejorar la operatividad de los mismos logrando procesos más eficaces y eficientes.

- a. Enfoque al cliente; en todos los casos se debe observar para reconocer las necesidades reales del cliente, buscando cumplir sus expectativas de manera satisfactoria de lo que necesiten generando esfuerzos para superarlas.
- b. Liderazgo; deberá mantener y crear un ambiente interno óptimo que involucre al personal con las metas que desea lograr la empresa.
- c. Competencias y compromisos de las personas; es necesario un compromiso laboral por completo, permitiendo la utilización de sus habilidades y conocimientos a favor de la empresa.
- d. Enfoques basados en proceso; se logra considerando los recursos, funciones y actividades como un proceso y de esta manera lograr mejores resultados.
- e. Mejora permanente de desempeño global debe considerarse como objetivo principal de la empresa.
- f. La decisión eficaz; se fundamenta en actos y hechos para poder tomar una decisión.
- g. Una relación de beneficio integrado; genera capacidad para brindar valor agregado en la empresa.

Implementar sistemas de gestión de la calidad

Cadavid (2017) nos dice que para instalarlo o implementarlo cada organización debe tener presente:

- 1.- Las estrategias; donde se definen los objetivos, políticas y lineamientos necesarios para satisfacer al cliente con calidad.
- 2.- Proceso; aquí se determina, analiza e implementan los procesos necesarios, así como lo necesario para llevar a cabo la realización del servicio o producto los cuales deben estar acorde para lograr las metas planificadas.

- 3.- Recursos; se debe tener definidos la asignación de personal de manera transparente, así como las maquinarias y/o equipos para cumplir con el servicio o producir lo esperado.
- 4.- Estructura de la organización; se establece y define una configuración de autoridades, responsabilidades y comunicación en la organización de manera interna.
- 5.- Documentos, se establece los procesos, formularios, registros entre otros para realiza de manera eficiente y eficaz los procedimientos necesarios, así como la organización de los mismos.

Técnicas de gestión de calidad

Entre las más importantes destacan las siguientes:

- **El benchmarking:** Este consiste en evaluar y analizar aspectos vitales que presentan otras compañías como productos, procesos y servicios, así como su estructura organizativa para compararlos y tomarlos como base para crear estrategias propias, es decir lo que se busca es tomar las experiencias de las demás compañías, aprender de ellas para mejorar su propio desempeño. (10E Bussiness School, 2021)
- **El empowerment:** Esta técnica se basa en delegar la responsabilidad y autoridad a otra persona y se desarrolla en distintos niveles de la compañía, se basa en confiar en el recurso humano transfiriendo y delegando las responsabilidades, esto implica además que dicho equipo debe mantenerse motivado, reconociendo su desempeño y premiando sus resultados. Para que el empowerment pueda darse de manera eficiente debe conocerse a los empleados, sus cualidades de liderazgo y desempeño en equipo, así mismo es vital que estén capacitados en el manejo de la empresa. (Adriana, 2020)
- **Las técnicas de atención al cliente:** Dentro de la estrategia de las empresas, la técnica de atención al cliente se resume como aquellas acciones que buscan acercarte al cliente dejando huella en su memoria. Buscando siempre que recuerden la forma en que fueron atendidos. Para lograr esta difícil tarea se deben desarrollar aptitudes como la escucha activa, la buena predisposición y actitud, facilidad de comunicación y palabra y la empatía como principales herramientas; para lograrlo es necesario el desarrollo de técnicas que animen e inviten a los clientes a seguir y

escoger tu marca. Desde el inicio de la atención, el cliente debe sentirse a gusto, es decir desde el saludo inicial, hasta la despedida sea por medios físicos o virtuales. (Ortiz, 2021)

- **Outsourcing:** Esta referido a la subcontratación, tercerización o externalización, es decir el proceso que emplean las personas o empresas para transferir las responsabilidades otra empresa fuera de la misma la cual debe realizar acciones de una determinada área o servicio, este acto no solo transfiere responsabilidades sino también recursos para desarrollar dichas actividades, como tecnologías, equipos, instalaciones entre otras (Almanza & Archundia, 2015). El outsourcing o externalización es una estrategia que se desarrolla con el objetivo de mejorar las ventajas competitivas en una empresa, así mismo posee como objetivo, ceder las actividades y servicios a una empresa externa que se especialice en dichos actividades, lo que les permitirá una mejor concentración de los recursos en sus actividades principales. (Angües, 2015)

Dificultades para la implementación de un sistema de gestión de calidad

La autora agrupa las dificultades en 4 categorías, de la cuales en la tercera categoría se encuentra la de: “organización, cultura, mentalidad, formación y recursos”, la misma que engloba lo referente al recurso humano de la organización y presenta los siguientes problemas:

- Fallo en la metodología de gestión del proceso de cambio organizacional, abarca el cambiar los hábitos de las personas, actitudes, comportamientos y de puestos, así como aprender y olvidar viejos conocimientos.
- Falta de formación integral de los encargados de la calidad.
- Desinterés en mejorar su desempeño y excusas para no realizarlo.
- Resistencia a cambiar, no se adaptan a los cambios.
- Desconocimiento de los beneficios de un sistema de gestión de calidad.
- Falta de tiempo y dedicación del personal.
- Falta de recursos como información, materiales y tiempo entre otras.
- Falta de asignación de presupuestos.

Técnicas para medir el desempeño del personal para alcanzar los objetivos

- **La observación:** Esta técnica es la base para las demás, debido a su evidente relación entre el observado y el observante para entender la realidad. Para dar validez a este proceso, tiene que desarrollarse de manera intencionada, colocando los objetivos y metas a lograr en relación a los hechos, así mismo debe ser ilustrada ya que se observa desde una perspectiva teórica, debe ser selectiva, pues selecciona solo lo que es más importante para la investigación y finalmente debe ser interpretativa buscando explicar lo que se ha observado. (Canul, 2013)

Según QuestionPro (2021) en la actualidad se utilizan métodos de evaluación de desempeño que se adaptan mejor a los cambios y son los siguientes:

- **La Autoevaluación:** Se desarrolla cuando un empleado juzga su desempeño en base a parámetros predeterminados, en este caso los empleados deben entender que este es un paso para una evaluación de mayor profundidad, así mismo siempre se debe considerar la subjetividad de como reflejan su desempeño los trabajadores.

- **Evaluación de 360 grados:** Se basa en la información recabada de fuentes externas que retro alimentan una visión integral del trabajo realizado por el empleado, esta incluirá opiniones de los empleados, supervisores y compañeros con los que se relacionan comúnmente. Finalmente para completar esa evaluación el administrador o gerente deberá responder una lista de preguntas las mismas que tienen una ponderación determinada.

- **Escala de puntuación:** Esta escala de calificaciones es una de las técnicas de evaluación de desempeño más utilizada y su análisis está basado en un listado de juicios que desarrolla el empleador para juzgar el trabajo de los empleados. Se evalúa por medio de una escala que comprende de 5 a 10 puntos y especificará los logros de las habilidades o planes completados, los rasgos y comportamientos de los mismos.

- **Verificación de comportamiento:** Esta técnica de observación y verificación nos muestra en cuales atributos el trabajador logra el éxito, retroalimentándolo con información acerca de los que le faltan, este método de lista de verificación, asigna puntuación a cada atributo para ayudar a enfocar los esfuerzos de mejora.

- **Escala de calificación basada en el comportamiento:** En este caso el contratante realiza la comparación del trabajo de los empleados con ejemplos

específicos de comportamientos que están basados en calificaciones numéricas, este posee la ventaja que mejora la retroalimentación de los empleados por medio de una evaluación consistente.

Servicio de Atención al Cliente

Servicio

Por otro lado Vértice (2008) describe al servicio como una serie de contribuciones que el cliente anhela y espera obtener aparte del servicio o producto acordado, debido a la imagen, precio y prestigio o notoriedad del mismo. Un ejemplo claro es que el comprador de un Mercedes Benz, espera obtener además del vehículo un cierto número de contribuciones antes de la compra, durante y después de la misma, la cuales podrían ser una revisión técnica del vehículo, demostraciones y que todo esté funcionando a la perfección.

Para Hoffman & Bateson (2011) los servicios son hechos, actividades o desempeños.

Servicio de calidad

Según Lira (2009) un servicio de calidad posee las siguientes características:

- **Disponibilidad:** Está determinada por el nivel de desarrollo en el cual encontraremos disponible un servicio cuando se le necesite.
- **Accesibilidad:** El nivel con que el prestador del servicio puede ser contactado por los clientes cuando lo necesiten.
- **Cortesía:** El nivel del comportamiento cortés y profesional que es demostrado por la persona que presta el servicio.
- **Rapidez y agilidad:** El nivel con que se cumplen los pedidos de los clientes por parte de la unidad de atención, tiempo que demoran en brindarse dicho servicio.
- **Confianza:** El nivel con que la persona indicada prueba tener las habilidades para presta el servicio ofrecido siendo preciso y confiable en su trabajo.
- **Competencia:** El nivel con el que la persona indicada para dar el servicio prueba que posee las habilidades y conocimientos necesarios para hacerlo.
- **Comunicación:** El nivel con que se comunican a través de un lenguaje claro y fácil de entender todas las personas involucradas en este procesos, como son los clientes, prestadores de servicios, compañeros de trabajo y público en general.

- **La retroalimentación:** Esta es la herramienta más utilizada para entender mejor las necesidades y expectativas del consumidor, dicha retroalimentación consiste en recabar información de las diferentes formas en que los clientes observan la situación presentada, problemas y aportes acerca de los servicios o productos recibidos. Esta es esencial para medir la satisfacción del cliente, así mismo sirve para tener información clara al momento de tomar las decisiones en la empresa en el cambio de algún servicio prestado. (QuestionPro, 2021b).

Atención al cliente

Chavez (2018) afirma que la atención al cliente es aquel servicio brindado por las empresas que venden productos o prestan servicios a sus clientes y realizan una comunicación directa con los mismos, así mismo nos define la atención al cliente como un conjunto de acciones interrelacionadas ofrecidas con la finalidad de proporcionar al cliente lo que solicita en el momento y lugar adecuado, asegurando además el correcto uso del mismo.

Expectativas de los Clientes

Según Parasuraman & Berry (1998) referenciado por Villalba (2013) indica que; si tenemos presente las investigaciones surgidas en el campo que estamos tratando, el SERVQUAL es considerado la más popular herramienta para medir la calidad del servicio.

Según Parasuraman & Berry (1998) referenciado por Villalba, (2013) este instrumento mide:

La calidad del servicio como diferencia entre las percepciones y las expectativas de los usuarios de los servicios, componiéndose generalmente de cinco dimensiones y veintidós ítems que estructuran su funcionamiento, las mismas que son descritas por los autores de la siguiente manera:

- **Tangibilidad:** Los equipos, aspecto personal e instalaciones físicas.
- **Fiabilidad:** Se trata de una cualidad especial para brindar el servicio usual de manera precisa y fiable.
- **Capacidad de respuesta:** Disposición para proporcionar un servicio rápido y oportuno.

- **Seguridad:** Cortesía y conocimiento de los colaboradores, teniendo la capacidad para generar seguridad y confianza.
- **Empatía:** Se trata de brindar una atención especial y preferencial, individualizada que ha sido proporcionada por la empresa.

Factores que influyen en las expectativas de atención de los clientes

Según Lira (2009) existen muchos factores que influyen directamente en la atención que el cliente piensa que va a recibir:

- **Intensificadores transitorios.** Estos son elementos que causan en los consumidores sensibilidad temporal al servicio, por ejemplo cuando un cliente está apresurado su percepción es diferente.
- **Alternativas percibidas.** De las alternativas existentes dependerá lo que el consumidor espera recibir.
- **Factores situacionales.** Ocasionalmente se originan situaciones que según la apreciación del cliente, la persona encargada de prestarle el servicio no podrá manejar.
- **La comunicación de las empresas.** Se crea expectativa en el cliente con la información que recibe por parte de los diferentes actores de la empresa como avisos, publicidad, etc.

Razones para brindar calidad en el servicio de atención al cliente

Según Huerta (2017) los beneficios de brindar una adecuada atención al cliente son:

1. El aumento de la lealtad de los clientes; permite que la participación de mercado aumente así como la rentabilidad en relación con el aumento de las ventas.
2. Aumentar la venta, así como el beneficio; la frecuencia de las ventas aumenta, aumenta el monto de las ventas y los pedidos y se repiten los pedidos con mayor frecuencia. Se incrementa el número de clientes nuevos y clientes con cantidades de compra mayores.
3. Menor presupuesto de marketing y publicidad en general.
4. Disminución de quejas, un número mayor de quejas atendidas y resueltas.

5. Prestigio favorable para la empresa.
6. Diferenciación.
7. Las iniciativas de los empleados son recibidas de manera favorable por los clientes, lo que mejora su moral.
8. Mejor relación laboral; logrando disfrutar de su trabajo en la gran mayoría de las veces, las personas hablan entre ellas y mejoran su ánimo.
9. Disminuyen las quejas, tardanzas y ausentismos en los empleado, la rotación de personal disminuye.

2.3. Marco conceptual

Mype: Toda empresa o unidad económica que está representada y/o formada por una persona natural o persona jurídica organizada bajo cualquiera de las formas establecidas por la ley del país, la misma que puede desempeñarse en diversos rubros o nichos de mercado, en actividades de transformación, producción extracción o comercio con sus productos ofrecidos o prestando sus servicios.

Constitución de las Mypes: La constitución de las Mype en el Perú se realiza por medio de diversos procesos de inscripción, reconocimiento y verificación antes de su apertura, la misma que puede ser creada por una persona, como persona natural o un grupo de la misma como persona jurídica (de acuerdo a la forma propietaria establecida previamente por la ley).

Restaurante: Denominado de esa manera a toda empresa, negocio o entidad el cual proporciona diversos platillos de comidas y bebidas por medio de un servicio, brindado por personal especializado, en atención al cliente, buscando cumplir con las expectativas del mismo a cambio de una retribución económica a su favor, pueden ser de diferentes o similares tipos o características.

Gestión de calidad: Se trata del cumplimiento de un número determinado de normas en el desarrollo del trabajo de la empresa o institución, las mismas que deben cumplir rigurosamente lo establecido por los estándares de expectativas que tienen los clientes en lo referido a la calidad.

Cliente: Toda persona que puede acceder a un determinado producto o servicio a cambio de un pago.

Atención al cliente: Actividades diseñadas para satisfacer los requerimientos o necesidades de los clientes y conlleva proporcionar a los clientes bienes o servicios según lo requieran de manera ordenada, este servicio favorecerá a la empresa de acuerdo al cumplimiento de un mínimo de requisitos, pues debe proporcionar al cliente total satisfacción, superando sus expectativas causando su regreso.

Mala atención al cliente: Cuando las empresas no logran cumplir con las expectativas de los clientes, en lo referido a calidad del servicio brindado, rapidez de respuesta o atención en general.

PBI: Este representa el valor de mercado que posee el producir bienes o servicios en el país, en un determinado periodo.

Objetivo: Es el fin que una organización busca alcanzar, para lo cual ejecuta diferentes acciones orientadas, se entiende también como la meta a la que se desea llegar, siguiendo un camino trazado, previa planificación.

III. HIPÓTESIS

Según Hernández et al., (2014) todas las investigaciones que son catalogadas como investigaciones descriptivas se encargan de listar las características resaltantes de los eventos en estudio, por lo tanto no se necesitará el establecimiento de una hipótesis en esta ocasión, en cambio se trataría de mencionar las cualidades de lo encontrado, principalmente la problemática.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

En la presente investigación se empleó un diseño no experimental – transversal – descriptiva

- No experimental: Porque se realizó sin realizar manipulación deliberada de las variables, se limitó a observar los fenómenos tal como se presentaron.

Según Hernández et al., (2014)

“No experimental, porque se realizará sin operar premeditadamente las variables, es decir se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, las variables de estudio no son manipuladas”

- Transversal: Porque se refirió a un solo momento en el tiempo y espacio, no periodos sucesivos.

Según Hernández et al., (2014)

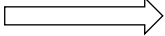
“Es Transversal, porque se recolectaran los datos en un solo momento y tiempo único, teniendo como propósito describir variables en un momento dado”

- Descriptiva: Debido a que tiene por finalidad describir las características de las variables de estudio.

Según (Hernández et al., 2010) nos dice que:

“Los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se manifiestan determinados fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupo, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido al análisis”

Así mismo presentó un carácter descriptivo ya que permitió investigar las características de la gestión de la calidad en la atención al cliente, más importantes en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo 2019.

M  **O**

Dónde:

M: Muestra

O: Observación

4.2. Población y muestra

Población

La población analizada en la presente investigación estuvo conformada por 15 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes ubicadas en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, 2019.

Se tomó en la variable atención al cliente un total de 15 dueños de los negocios, constituyendo una población finita.

Muestra

La población muestral fue de 15 micro y pequeña empresas, se tomó el total de la población los mismos que están dispuestos a colaborar con la presente investigación.

4.3. Matriz definición y operacionalización de variables e indicadores

Aspectos Complementarios	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes legales de las micro y pequeña empresas.	Dueño: es el propietario y quien se beneficia con las ganancias de las actividades productivas de la compañía Administrador: Persona que representa de administrar una empresa u organización.	Edad	Nominal: 18 - 30 31 - 50 51 - a mas años	Razón
		Género	Nominal: Masculino Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	Nominal: Sin instrucción Primaria Secundaria Superior no universitaria Superior universitaria	Ordinal
		Cargo que desempeña	Nominal: Dueño Administrador	Nominal
		Tiempo que desempeña el cargo	Razón: 0 – 3 años 4 – 6 años 7 – a mas años	Razón

Fuente: Elaboración propia

Continúa...

Aspectos Complementarios	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Unidades económicas formas por una persona natural o jurídica, en cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente.	Tiempo de permanencia en la empresa en el rubro	a) 0 - 3 años b) 4 - 6 años c) 7 – a más años	Razón
		Número de trabajadores	a) 1 - 5 trabajadores b) 6 - 10 trabajadores c) 11 – a más trabajadores	Razón
		Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares. b) No familiares.	Nominal
		Objetivos de creación de la empresa	a) Generar ganancias. b) Subsistencia.	Nominal

Fuente: Elaboración propia

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	Gestión de calidad está referida al desarrollo de diversas acciones orientadas a mejorar la toma de decisiones para el desarrollo de la empresa.	Conocer el término gestión de calidad	a) Si b) No c) Tengo ciertos conocimientos	Nominal
		Técnicas modernas de gestión de calidad	a) Benchmarking b) Empowerment c) Las 5 s d) Atención al cliente e) Outsourcing f) Otros g) Ninguno	
		Dificultades del personal para la implantación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto	
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	a) La Observación b) La evaluación c) Escala puntuaciones d) Evaluación 360°	
		Contribución de la gestión de calidad en el rendimiento del negocio	a) SI b) NO	
		Alcance de objetivos y metas trazadas por la empresa	a) SI b) NO c) A veces	

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Atención al cliente	Atención al cliente: Está referida al servicio proporcionado por las personas y que se encargan de comerciar o servir, los cuales buscan siempre brindar la mejor experiencia para el cliente.	Conocer el termino atención al cliente	a. Si b. No c. Tengo cierto conocimiento.	Nominal
		Aplicar la atención al cliente en el servicio brindado	a. Si b. No c. A veces.	
		Importancia de la a atención para el retorno del cliente	a. Si b. No c. A veces.	
		Herramientas para un servicio de calidad	a. Comunicación b. Confianza c. Retroalimentación d. Ninguno	
		Factores para el servicio de calidad	a. Atención personalizada b. Rapidez en la entrega de los productos c. Las instalaciones d. Ninguna	
		Calidad de atención	a. Buena b. Regular c. Malo	
		Brindar mala atención	a. No tiene suficiente personal. b. Por una mala organización de los trabajadores. c. Si brindan una buena atención al cliente.	
		Resultados de una buen atención	a. Cliente satisfechos b. Fidelización de los clientes c. Posicionamiento de la empresa d. Incremento en las ventas.	

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, con la se logró la recolección de los datos necesarios, la misma que consto de 23 preguntas, distribuidas de la siguiente manera: 5 referente a las características de los representantes, 4 a las micro empresas, 6 referentes a la variable gestión de calidad y 8 referente a la variable atención al cliente.

Según Grasso (2006).

“La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas” (p, 13).

Instrumentos

El instrumento utilizado fue el cuestionario estructurado, el mismo que sirvió para la exploración de las opiniones de los encuestados, constó de 23 preguntas referente a las variables de estudio, así mismo había sido validado previamente por expertos que determinaron su validez y aplicación.

4.5. Plan de análisis

Según Hernández et al. (2010) nos dice que: El análisis de tipo descriptivo permite encontrar resultados a través de tablas de tabulaciones, frecuencias, porcentajes para finalmente interpretar en gráficas.

Por lo mismo se realizaron las siguientes etapas:

- Inicialmente se recopilan los datos, para lo cual se realizó trabajo de campo, donde se aplicó el cuestionario con 23 preguntas a una población de 15 micro y pequeña empresas del sector servicios rubro restaurantes de la avenida Los Incas del distrito de La Victoria, los mismos que posteriormente fueron tabulados y graficados, de manera ordenada y llevando relación a las variables en estudio y las dimensiones que estas poseen.
- El análisis de datos se realizó descriptivamente, se procedió al cálculo de los porcentajes utilizando SPSS 2.2 y Microsoft Excel, luego se analizó e interpretaron

los datos con ayuda del instrumento de recojo de datos o cuestionario validado con la metodología de juicios del experto.

- Finalmente los resultados fueron trabajados llevando a cabo un análisis respectivo presentado en una hoja de procesador de textos de Microsoft Word 2019.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Metodología	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las características de gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo, año 2019?	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar las características de gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo, 2019</p>	Gestión de calidad	Tipo de investigación: es descriptivo.	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p>
	<p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019.</p> <p>Determinar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019.</p> <p>Elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo año 2019.</p>			Atención al cliente

4.7. Principios éticos.

En la presente investigación de acuerdo al código de ética para la investigación se aplicaron los siguientes principios éticos (ULADECH, 2019).

Libre participación y derecho a estar informado. Se respetó el derecho de estar informados de cada uno de los participantes, se informó cómo sería utilizada la información y se formalizó con el formato de derecho informado.

Justicia: Se desarrolló un trabajo justo e imparcial, se dio un trato con equidad a cada uno de las personas que participan en la presente investigación, así mismo la información que proporcionaron fue utilizada solo para los fines que habían sido planificados.

Beneficencia y no maleficencia: Se veló por el bienestar de las personas que participaron en la presente investigación, se comunicó de manera oportuna con respeto maximizando las oportunidades y minimizando los daños.

Protección a la persona: Se respetó en todo momento la identidad y confidencialidad de las personas, este derecho ha sido primordial en la presente investigación, la información que se recopile solo será utilizada con fines académicos, por lo tanto no será divulgada ni copiada.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. La presente investigación se realizó cuidando el medio ambiente y biodiversidad en todo momento, se utilizó papel reciclado en todo momento que fue posible, así mismo el cuestionario fue aplicado, utilizando los medios virtuales disponibles por medio de formularios en las plataformas de Google.

Integridad científica. La integridad del investigador ha sido demostrada, pues el investigador procedió correctamente en la práctica de la ciencia con honestidad, responsabilidad, justicia y transparencia, transmitiendo con total claridad y consistencia moral.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Caracterización de los Representantes de las micro y pequeña empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo, 2019

Características de los Representantes	Frecuencia N	Frecuencia %
Edad		
18 – 30 años	3	20.00%
31 – 50 años	9	60.00%
51 a más años	3	20.00%
Total	15	100.00%
Genero		
Masculino	9	60.00%
Femenino	6	40.00%
Total	15	100.00%
Grado de instrucción		
Sin instrucción	5	33.33%
Educación básica	4	26.67%
Superior no universitaria	6	40.00%
Superior universitaria	0	0.00%
Total	15	100.00%
Cargo que desempeña		
Dueño	14	86.66%
Administrador	1	13.33%
Total	15	100.00%
Tiempo que se desempeña en el cargo		
0 a 3 años	5	33.33%
4 a 6 años	7	46.67%
7 a más años	3	20.00%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o representantes de las micro y pequeña empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo, 2019.

Tabla 2

Caracterización de las micro y pequeña empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo, 2019

Características de las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	5	33.33%
4 a 6 años	7	46.67%
7 a más años	3	20.00%
Total	15	100.00%
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	8	53.33%
6 a 10 trabajadores	7	46.67%
11 a más trabajadores.	0	0.00%
Total	15	100.00%
Las personas que trabajan en su empresa son		
Familiares	8	53.33%
Personas no familiares.	7	46.67%
Total	15	100.00%
Objetivo de creación		
Generar ganancia	15	100.00%
Subsistencia	0	0.00%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los dueños o representantes de las micro y pequeña empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo, 2019.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro restaurantes en la avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo, 2019

Características de la Gestión de Calidad	N	%
Conocimiento sobre Gestión de Calidad		
Si	12	80.00%
No	0	0.00%
Tengo cierto conocimiento.	3	20.00%
Total	15	100.00%
Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	0	0.00%
Atención al cliente	9	60.00%
Empowerment	2	13.33%
La 5 s	0	0.00%
Outsourcing	0	0.00%
Otros	2	13.33%
Ninguno	2	13.33%
Total	15	100.00%
Dificultades de los trabajadores para la implementación de la gestión de calidad		
Poca iniciativa	4	26.67%
Aprendizaje lento	3	20.00%
No se adapta a los cambios	6	40.00%
Desconocimiento del puesto	2	13.33%
Otros	0	0.00%
Total	15	100.00%
Conoce técnicas de medición de rendimiento del personal		
La observación	11	73.33%
La evaluación	4	26.67%
Escala de puntuaciones	0	0.00%
Evaluación de 360°	0	0.00%
Otros	0	0.00%
Total	15	100.00%
La gestión de la calidad contribuye y mejora el rendimiento del negocio		
Si	9	60.00%
No	6	40.00%
Total	15	100.00%

Continúa...

La gestión de calidad permite alcanzar los objetivos y metas trazados		
Si	8	53.33%
No	3	20.00%
A veces	4	26.67%
Total	15	100.00%
Conocimiento del término atención al cliente		
Si	12	80.00%
No	0	0.00%
Tengo cierto conocimiento.	3	20.00%
Total	15	100.00%
Emplean la gestión de calidad en el servicio brindado a los clientes		
Si	7	46.67%
No	2	13.33%
A veces	6	40.00%
Total	15	100.00%
La atención es fundamental para que el cliente regrese		
Si	13	86.67%
No	2	13.33%
Total	15	100.00%
Herramientas que utilizamos para un servicio de calidad		
Comunicación	5	33.33%
Confianza	5	33.33%
Retroalimentación	4	26.67%
Ninguno	1	6.67%
Total	15	100.00%
Principales factores para la calidad del servicio que brinda		
Atención personalizada	5	33.33%
Rapidez en la entrega de los productos	5	33.33%
Las instalaciones	3	20.00%
Ninguna	2	13.33%
Total	15	100.00%
Brindamos una buena atención a los clientes		
Buena	9	60.00%
Regular	6	40.00%
Malo	0	0.00%
Total	15	100.00%

Continúa...

Consideramos brindar una mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal.	5	33.33%
Por una mala organización de los trabajadores.	3	20.00%
Si brindan una buena atención al cliente.	7	46.67%
Total	15	100.00%
Logramos buenos resultados al brindar una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	4	26.67%
Fidelización de los clientes	4	26.67%
Posicionamiento de la empresa	2	13.33%
Incremento en las ventas.	5	33.33%
Total	15	100.00%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeña empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo, 2019.

Tabla 4

Plan de mejora de gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en avenida los incas del distrito La Victoria, Chiclayo, 2019

Problema encontrado	Causa del problema	Acciones de mejora	Responsable
La cantidad de representantes sin instrucción e instrucción básica es elevada	El desinterés por mejorar su educación en Administración, gestión y gerencia empresarial	Contratar los servicio de empresas que brinden especializaciones en gestión de empresas del mismo rubro y posteriormente los gerentes apliquen sus conocimientos en la empresa y participen su desarrollo.	Gerente
La gerencia no conoce las diferentes técnicas de monitoreo	Desconocimiento de los representantes para monitorear el trabajo de los empleados	Llevar a cabo estudios acerca de las diferentes técnicas de monitoreo, pues al utilizar dichas técnicas se lograra un mejor provecho de los trabajadores, los cuales siempre tienen que ser monitoreados, para asegurar que su desempeño este orientado con los planes de la empresa	Gerente
No adaptación de los trabajadores como dificultad para la implementación de la gestión de calidad	Falta de interés, desconocimiento de los trabajadores para la adaptarse a la implementación de la gestión de calidad	Concientizar a los trabajadores sobre los beneficios de adaptarse a los cambios, hacerles entender que estos también los favorecen en el logro de sus objetivos personales, con estrategias como el liderazgo, información veraz, la planificación, la flexibilidad, la empatía, comunicación efectiva y la actitud positiva de todos los participantes.	Gerente Trabajadores
Poca iniciativa de los trabajadores como dificultad para la implementación de la gestión de calidad	Desinterés de los representantes en capacitarlo y poca iniciativa de los trabajadores.	Los gerentes deben incentivar a los trabajadores y realizar un plan de capacitación, así mismo constantemente deben realizar el seguimiento de la implementación de la gestión de calidad de manera constante y verificar que se desarrolle de manera eficiente.	Gerente Trabajadores

5.2. Análisis de los Resultados

Tabla 1

Referente a las caracterización de los representantes de las micro y pequeña empresas

El 60% de los representantes se encontraban en un rango de 31 a 50 años, dichos resultados coincidieron con Rojas (2020) quien consiguió 60%, así mismo coincide con Ríos (2019) quien manifestó que 56.75% tienen la edad de 31 a 50 años, por otro lado difiere de lo obtenido por Luna (2016) quien obtuvo que el 34.8% de los representantes de las micro y pequeña empresas, están en el rango entre 31 y 50 años. Lo que demostró que la mayoría de las micro y pequeña empresas estaban dirigidas por personas en etapa adulta que poseen entre 31 y 50 años, logrando formar unidades organizacionales dirigidas por personas con trayectoria madurez y experiencia a favor de lograr los objetivos deseados.

El 60% de los dueños o representantes pertenecían al género masculino y el 40% femenino, dichos resultados coinciden con Rojas (2020) quien demostró en su tesis que el 63% de los representantes, son de género masculino y el 37% restante son del género femenino y contrastan con Cayas (2019) quien obtuvo que el 38.46% de los representantes son del género masculino. Esto demostró que la mayoría de las micro y pequeña empresas estaban dirigidas por personas del género masculino, fue factible debido a las tendencias actuales cada vez más resaltantes y a la gran demanda e importancia que tiene los chefs de sexo masculino en el Perú, en los últimos tiempos las personas de género masculino han logrado ganarse el respeto en este rubro y mantenerse como los mejores cocineros y los que más se preparan y emprenden en los negocios de este tipo.

El 40% de los dueños o representantes poseen grado de educación superior no universitario, el 33% no posee instrucción, dicho resultados coincidieron con Luna (2016) quien obtuvo que el 30.4% posee un grado de instrucción no universitario y un 17.4% posee instrucción básica y contrastó con Rojas (2020) quien obtuvo que el 22% tenía un grado de instrucción no universitario. Esto demostró que la mayoría relativa de las micro y pequeña empresas de este rubro son dirigidas por personas que aún no cuentan con estudios superiores universitarios, al poseer conocimiento técnicos solo han sido capaces de llevar a cabo sus funciones de manera poco

eficiente, lo cual es una desventaja al compararlo con diversos restaurantes de los países de la región.

El 86.66% de los negocios son administrados por los dueños de los mismo y el 13.33% poseen un administrador, estos resultados coincidieron con Cayas (2019) quien obtuvo que el 100% de los encuestados son dueños y coincidió parcialmente con Abanto (2017) que obtuvo un 62,5% eran dueños del negocio, no se encontraron resultados que contrasten con los obtenidos. Esto demostró que la mayoría de los restaurantes eran administrados por los dueños, lo que implica que son más responsables y dedicados pues como propietarios, están siempre buscando cumplir con los factores más relevantes en la gestión de calidad y atención al cliente de manera más rápida y eficiente, pudiendo delegar funciones a sus empleados lo que les permite dedicar su tiempo a actividades relevantes.

El 46.67% de los dueños o representantes tienen entre 4 a 6 años ocupando el cargo, el 33.33% tienen entre 0 a 3 años, dichos resultados coincidieron con Luna (2016) quien encontró que el 43,5% de los encuestados tiene 3 años a más en el cargo y contrastaron con Vásquez (2016) que manifestó que el 61.54% poseen entre 3 a 5 años de experiencia en el cargo y rubro. Demostrando que la mayoría relativa de los representantes de las MYPE se desempeñan en el cargo entre 3 a 5 años, por lo que poseen la experiencia y conocen como dirigir su empresa brindando buena atención al cliente.

Tabla 2

Referente a las caracterización de las micro y pequeña empresas

El 46.67% de los dueños o representantes poseen entre 4 a 6 años en la empresa, el 33.33% entre 0 a 3 años trabajando en dicha empresa y rubro, dichos resultados coincidieron con Ríos (2019) que obtuvo 43.75% de los representantes tienen entre 4 a 6 años y contrastaron con Luna (2016) quien indicó que solo el 8.7% posee de 4 años a más de permanencia, así mismo Cayas (2019) un 23.08% poseen de 6 a 8 años de permanencia en el mercado. Esto demostró que la mayoría relativa de las micro y pequeña empresas tienen en el rubro un tiempo de permanencia de 4 a 6 años, lo que les ha permitido mantenerse y brindar un servicio adecuado para una gestión eficiente.

El 53.33% de los dueños o representantes poseía entre 1 y 5 trabajadores en su negocios, coincidió con Luna (2016) quien indicó que un 65,2% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, por su parte Cayas (2019) quien obtuvo que el 84.62% posee de 1 a 5 trabajadores. Lo que demostró que la mitad de las micro y pequeña empresas, poseen entre 1 a 5 trabajadores, a pesar de ello ese número de trabajadores es mínimo para brindar la atención esperada, ya que la cantidad de trabajadores es muy importante para brindar un servicio personalizado y de calidad.

El 53.33% de los dueños o representantes cuenta entre sus trabajadores con personas que son familiares y el 46.67% no son familiares, coincidió con Mata (2019) quien indicó que el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas prefieren trabajar con personas familiares y contrastó con Siesquen (2019) quien indicó que el 35.71% de las micro y pequeñas empresas tienen laborando a personal que son y el 64.29% no familiares. Esto demostró que un poco más de la mitad de las micro y pequeña empresas cuentan con trabajadores que son sus familiares y un porcentaje menor a la mitad son particulares.

El 100% de los dueños o representantes tienen por finalidad generar ganancias en las empresas dichos resultados coincidieron con Mata (2019) quien indicó que 100 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideraron que el objetivo de creación de su empresa era generar ganancias, no se encontraron antecedentes que contrasten. Esto demostró que el total de las micro y pequeña empresas tienen por finalidad generar ganancias y rentabilidad para los dueños, pues el objetivo de toda empresa es lograr ingresos que favorezcan la economía de las familias.

Tabla 3

Caracterización de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeña empresas.

El 80% de los dueños o representantes conoce el término gestión de calidad, el 20% tiene cierto conocimiento, dichos resultados coincidieron con Ríos (2019) quien obtuvo que el 100% de los representantes conocía el término gestión de calidad y contrastó con Siesquen (2019) quien obtuvo que el 71.43% tiene poco conocimiento del término gestión de calidad. Esto demostró que la mayoría conocía

el término “Gestión de calidad” por lo que su aplicación es realizable en este rubro competitivo, producto de la preparación de los encargados y a la variedad de escuelas del rubro que existen en la región estos es muy importante pues la gestión da calidad permite obtener beneficios para la empresa.

El 60% de los dueños o representantes conocía las técnicas modernas de gestión de calidad, el 13.33% el empowerment, dichos resultados contrastaron con Ríos (2019) con una mayoría porcentual de 43.75% conocía las técnicas de atención al cliente, por su parte Luna (2016) obtuvo un 56.5% para mejora continua. Esto demostró que la mayoría conocía las técnicas actuales de gestión de calidad y lo aplicaron en la atención brindada, así mismo están preparadas para realizar un buen manejo de su personal, logrando resultados favorables.

El 40 % de los dueños o representantes afirmó que la dificultad es la no adaptación a los cambios y el 26.67 afirmó que es por poca iniciativa, dichos resultados coincidieron con Ríos (2019) que obtuvo un 30.25% para poca decisión y difiere con Siesquen (2019) quien obtuvo un 71.43% para poca iniciativa. Por lo que el análisis demostró que la mayoría relativa de los trabajadores tenían dificultades para adaptarse a los cambios, esto debido a diversos factores como los sociales, de adaptabilidad, poca iniciativa, personales entre otros, por lo tanto los dueños o representantes deben flexibilizar los métodos de adaptación para lograr un cambio en los trabajadores que no interrumpa el desempeño de la empresa.

El 73.33% de los dueños o representantes utilizan la técnica de observación para medir el rendimiento del personal, coincidió con Fernández (2019) que indicó que el 100% de representantes utiliza la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal y contrastó con Ríos (2019) que indicó 0% para la técnica observación y 100% para la técnica evaluación. Esto demostró que la mayoría, utiliza como técnicas para medir el rendimiento del personal la observación, un método muy común y efectivo, el mismo que permite conocer los hecho de manera directa en el lugar de los hechos, asegurando la veracidad de lo sucedido.

El 60% de los dueños o representantes cree que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, coincidió con Fernández (2019) quien indicó que el 100% de representantes de micro y pequeñas empresas indicaron que la gestión de la calidad contribuye a mejora el negocio, así mismo contrastó con

Siesquen (2019) ya que solo el 28.57% de los representantes manifestaron que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Esto demostró que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, la gestión de calidad es un factor muy importante ya que eleva los estándares de la atención del servicio prestado en el negocio, logrando mayores beneficios.

El 53.33% de los dueños o representantes creen que la gestión de calidad permite alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa, coincidió con Albildo (2019) quien indicó que el 50% considera que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados, también coincidió parcialmente con Castro (2020) que indicó que un 100% afirma que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas, no se encontraron antecedentes que contrasten el ítem estudiado. Según (Goodman, 2014) “un buen enfoque significa mayor ingreso, mayores utilidades, costos más bajos y publicidad gratuita gracias a los clientes satisfechos”. Esto demostró que la mayoría de las micro y pequeña empresas, afirmaron que la gestión de calidad les ha permitido alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa.

El 80% de los dueños o representantes conocen el término atención al cliente y el 20% afirmó tener cierto conocimiento, coincidió con Albildo (2019) quien obtuvo un 75% tiene conocimiento del término atención al cliente y con Ríos (2019) quien obtuvo un 100%. Lo que demostró que la mayoría tiene conocimiento del término atención al cliente por lo que brindar una atención adecuada sería muy importante, así mismo brindan mucha importancia a ello, ya que ello les permitirá el retorno del mismo.

El 46.67% siempre emplean la gestión de la calidad en el servicio brindado a los clientes, según Ríos (2019) que citó a Duran (1992) “es la vía mediante la cual nos ayuda en el proceso y reunión de gestión, mediante el itinerario proyectado hacia el futuro, estableciendo los programas y controles de resultados” y difiere de lo afirmado por Castro (2020) quien indicó que un 90% si aplican la gestión de calidad. Lo que demostró que la mayoría relativa de las empresas emplean la gestión de calidad en el servicio brindado a los clientes, lo cual es favorable para los negocios ya que la calidad es lo que todos los negocios apuntan pues permite obtener beneficios para los propietarios de los mismos.

El 86.67% cree que la atención es fundamental para que el cliente regrese, coincidió con Ríos (2019) el 100% es fundamental, así mismo Castro (2020) afirmó lo mismo, contrastó con “Bueno (2018) citado por Albildo (2019) que señaló un 51% no tienen personal suficiente y por eso están dando una mala atención al cliente”. Esto demostró que la mayoría afirman que la mejor manera de generar ingresos es brindando una atención adecuada lo cual es fundamental para el éxito de su negocio, ya que de esa manera se lograra tener clientes más satisfechos lo que conlleva a que regresen y recomienden el negocio a otras personas.

El 33.33% utilizó la comunicación como herramienta para brindar un servicio de calidad lo cual coincidió con Siesquen (2019) que obtuvo un 42.86%, por otro lado contrastó con Ríos (2019) que obtuvo 100% para la comunicación como herramienta para brindar un servicio de calidad. Esto demostró que la mayoría relativa considera la comunicación como herramienta para brindar un servicio de calidad, pues el comunicar a los clientes lo que la micro empresa ofrece y a la vez el solicitar su opinión u otro tipo de información permitirá que los propietarios y personas encargadas de tomar decisiones conozcan la realidad a cerca de la percepción que tienen los clientes de sus negocios y tomaran dicha información como base para la toma de decisiones.

El 33.33 % consideró la atención personalizada y la rapidez en la entrega de los productos como principales factores para la calidad del servicio que brindan, coincidió con Siesquen (2019) que indicó un 28.57%, por su parte Castro (2020) indicó un 50% para la atención personalizada y un 40% para la rapidez, por otro lado y contrastó con Ríos (2019) que obtuvo un 60% para la rapidez. Esto demostró que la mayoría relativa considera la atención personalizada y la rapidez como factores primordiales para brindar un servicio de calidad, el cual debe ser ejecutado de manera eficiente por los trabajadores, poniendo un mayor énfasis hasta convertirlo en una prioridad.

El 60.00% cree brindar buena atención a los clientes y el 40.00% regular. Estos resultados coincidieron parcialmente con lo obtenido por Castro (2020) que obtuvo 50% para buena atención y 40% para regular y se alejan parcialmente con Ríos (2019) que obtuvo que el 100% afirmó brindar una buena atención. Albildo (2019b) citó a Talavera (1996) y mencionó que uno de los principios fundamentales

para construir una buena relación con el cliente es la buena atención. Esto demostró que la mayoría considera que brinda una buena atención al cliente, lo que a su vez les favorece para brindar construir una buena relación.

El 46.67% afirmó que brinda buena atención al cliente, el 33.33% consideró que el motivo es porque no tiene suficiente personal resultados que coincidieron con Albildo (2019) que obtuvo un 41.67% por su parte Róos (2019) el 56.25% afirma que la mala atención al cliente es debido a una mala organización. Esto demostró que la mayoría relativa de los restaurantes considera que brinda una buena atención al cliente, lo que les da seguridad para seguir trabajando y seguir mejorando su negocio.

El 33.33% de mayoría porcentual afirmó que al brindar una buena atención logran incrementar las ventas y el 26.67% afirmó que logra clientes satisfechos, dichos resultados coincidieron con Ríos (2019) que obtuvo una mayoría porcentual de 37.5% en clientes satisfecho como resultado de una buena atención al cliente. Dicho resultados contrataron con Siesquen (2019) que indicó un 42.68% para clientes satisfecho y 57.14% para aumento de las ventas. Esto demostró que la mayoría relativa de los restaurantes considera que brinda una buena atención al cliente logra incrementar el flujo de las ventas, esto es de vital importancia ya que de esta manera se logra alcanzar el objetivo fundamental de todo negocios.

5.3. Plan de mejora

1.- Datos generales

- Nombre o razón social: Dirigido a los restaurantes de Avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo.
- Giro de la empresa: Restaurantes
- Dirección: Avenida Los Incas del distrito de La Victoria, Chiclayo.
- Nombre del representante: Propietarios de los restaurantes

2.- Misión

Brindar satisfacción a nuestros, a través de un servicio innovador, ofreciendo una experiencia inolvidable, que logre satisfacer las expectativas más exigentes, con un servicio de calidad en cada uno de los platos ofrecidos.

3.- Visión

Ser reconocidos como el mejor restaurante del rubro gastronómico criollo, líder en la región, contando con los mejores estándares de atención y procesos de preparación innovadores.

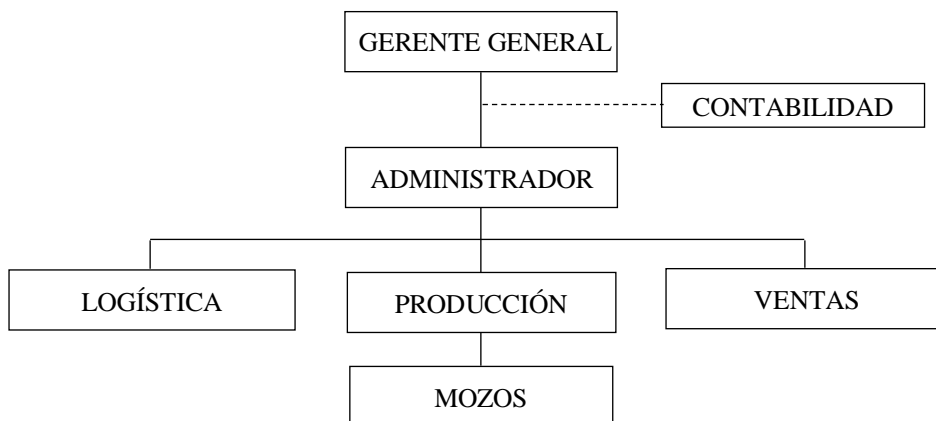
4.- Objetivos empresariales

- Ser identificados como el mejor restaurante de la región.
- Brindar un excelente servicio de atención al cliente.
- Incrementar la rentabilidad de la empresa.
- Mantener al personal constantemente capacitado.

5.- Productos ofrecidos

Productos típicos de la región norteña: arroz con pato, cabrito con frejoles, ceviche de tollo, arroz con mariscos, chinguirito, espesado, cuyes con papas.

6.- Organigrama



6.1. Descripción de funciones

Cargo	Gerente General
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Profesional licenciado de la carrera de administración. - Experiencia mínima de 2 años en el cargo, en el mismo rubro. - Experiencia en habilidades directivas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de diferentes áreas. - Velar por la rentabilidad de la empresa.

Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Contador público colegiado. - Experiencia mínima de 2 años en el cargo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar el control de los ingresos y egresos del negocio. - Realizar trámites y pago de impuestos con SUNAT. - Elaborar informes acerca de la situación financiera del negocio.

Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Profesional licenciado de la carrera de administración o afines. - Experiencia mínima de 2 años, en el mismo cargo y el mismo rubro
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar las actividades planificadas por la gerencia. - Participar en el proceso de reclutamiento y evaluación del personal. - Coordinar con todas las áreas y gestionar los pagos y gasto mensual.

Cargo	Jefe de Logística
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller o licenciado de administración o afines. - Experiencia mínima de 2 años, en cargos similares y el mismo rubro
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de llevar el control de ingresos y salidas de almacén, manejo de kardex de compras e inventarios.

Cargo	Chef
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios culminados en escuela cocina, especialidad comida criolla.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado del área de producción – cocina, velar por la calidad de los productos y elaboración de platos y comidas elaboradas.

Cargo	Jefe de ventas
Perfil	Estudiante o egresado de la carrera de administración o afines.
Funciones	Desarrollar el plan de ventas y llevar un correcto manejo del personal de ventas, coordinar con todas las áreas de la empresa.

Cargo	Mozos
Perfil	Estudios secundarios, mínimo 6 meses de experiencia en el cargo.
Funciones	Atender y velar por cumplir las necesidades de los clientes.

6.2. Diagnostico General de los restaurantes en avenida los incas del distrito

La Victoria, Chiclayo

<p>Matriz de la estrategia</p> <p>FODA</p> <p>FACTORES INTERNOS</p> <p>/</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1: Comunicación con el cliente</p> <p>F2: Personal capacitado experiencia en el servicio y sector</p> <p>F3: Buena atención al cliente mediante adecuada gestión de calidad</p> <p>F4: Evaluación constante del rendimiento de personal mediante la observación</p> <p>F5: Utiliza la confianza como base para brindar un servicio de calidad</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1: Representantes sin instrucción e instrucción básica es elevada</p> <p>D2: La gerencia no conoce las diferentes técnicas modernas de gestión de calidad</p> <p>D3: Personal no se adapta a los cambios</p> <p>D4: Personal posee poca iniciativa</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1: Competencia brinda servicios con baja calidad</p> <p>O2: Acuerdos con empresas para servicio corporativo</p> <p>O3: Crecimiento del mercado en la región.</p> <p>O4: Ubicación adecuada del negocio</p> <p>O5: Facilidad para llegar al público objetivo</p> <p>O6: Revolución tecnológica</p> <p>O7: Cliente conoce y busca servicios de calidad</p> <p>O8: Fácil acceso a Instituciones de Educación para este rubro en la región.</p> <p>O9: Existencia de personal especialista en restaurante que trabaja en otros negocios</p>	<p>FO - Defensivas</p> <p>F1, F4, O1, O5: Fidelizar a los clientes para mejorar la rentabilidad.</p> <p>F1, O3, O5, O6: Desarrollo de publicidad para incrementar la afluencia de clientes.</p> <p>F1, F2, O2, O4: Acuerdos corporativos favorables que incrementen el público objetivo.</p> <p>F1, F2, F3, O1, O4, O5, O6: Fortalecimiento de la marca.</p>	<p>DO - Reorientación</p> <p>D1, O5, O8, O9: Formación superior a los representantes</p> <p>D2, O9: Capacitación y asesoramiento a los representantes para aprovechar las técnicas de monitoreo y gestión del negocio</p> <p>D3, O8, O9: Encontrar y capacitar el personal para hacer frente a los cambio</p> <p>D4, O5, O8, O9: Incentivar la iniciativa del personal.</p>

AMENAZAS	<u>F A</u> - Ofensivas	<u>D A</u> – Supervivencia
<p>A1: Competencia con productos a menor costo</p> <p>A2: Competencia desleal</p> <p>A3: Existencia de competidores fuertes en la zona</p> <p>A4: Alta rotación del personal por motivos ajenos al negocio.</p>	<p>F1, F3, A1, A2, A4: Aprovechar la buena comunicación para mejorar la gestión de calidad y mantener la cartera de clientes.</p> <p>F1, F2, F3, A1, A4: Aprovechar la buena atención para hacer frente a la competencia.</p> <p>F2, F3, A3: Conservar los clientes en la zona</p> <p>F5, A1, A2, A3: Aprovecha la confianza para mejorar la gestión de calidad y mantener la cartera de clientes.</p>	<p>D1, A1, A4: Incrementar el presupuesto para la captación y capacitación de personal</p> <p>D3, A4: Retener mantener al personal motivado.</p>

7. Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de la Mype
Mejorar la capacitación de los representantes	En los representantes muy pocos poseen estudios superiores técnicos y universitarios
Desconocimiento de las diferentes técnicas modernas de gestión de calidad	El desconocimiento de las diferentes técnicas de gestión de calidad, no permite su aplicación
Adaptación de los trabajadores para implementar la gestión de calidad.	Lo que dificulta la implementación de la gestión de calidad es la falta de adaptación de los trabajadores
Falta de iniciativa de los trabajadores para implementar la gestión de calidad.	La falta de iniciativa de los trabajadores impide implementar la gestión de calidad.

8. Problemas

Indicadores	Problema encontrado	Causa del problema
Mejorar la capacitación de los representantes	La cantidad de representantes sin instrucción e instrucción básica es elevada	El desinterés por mejorar su educación en administración, gestión y gerencia empresarial
Desconocimiento de las técnicas modernas de gestión de calidad	La gerencia no conoce las diferentes técnicas gestión de calidad	Desconocimiento de los representantes de las técnicas de gestión de calidad
Adaptación de los trabajadores para implementar la gestión de calidad.	No adaptación de los trabajadores como dificultad para la implementación de la gestión de calidad	Falta de interés, desconocimiento de los trabajadores para la adaptarse a la implementación de la gestión de calidad
Falta de iniciativa de los trabajadores para implementar la gestión de calidad.	Poca iniciativa de los trabajadores como dificultad para la implementación de la gestión de calidad	Desinterés de los representantes en capacitarlo y poca iniciativa de los trabajadores.

9. Establecer Soluciones

9.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acciones de mejora
Mejorar la capacitación de los representantes	La cantidad de representantes sin instrucción e instrucción básica es elevada	Contratar los servicio de empresas que brinden especializaciones en gestión de empresas del mismo rubro y posteriormente los gerentes apliquen sus conocimientos en la empresa y participen su desarrollo.
Desconocimiento de las técnicas modernas de gestión de calidad	La gerencia no conoce las diferentes técnicas de gestión de calidad	Llevar a cabo estudios acerca de las diferentes técnicas de monitoreo, pues al utilizar dichas técnicas se lograra un mejor provecho de los trabajadores, los cuales siempre tienen que ser monitoreados, para asegurar que su desempeño este orientado con los planes de la empresa
Adaptación de los trabajadores para implementar la gestión de calidad.	No adaptación de los trabajadores como dificultad para la implementación de la gestión de calidad	Concientizar a los trabajadores sobre los beneficios de adaptarse a los cambios, hacerles entender que estos también los favorecen en el logro de sus objetivos personales, con estrategias como el liderazgo, información veraz, la planificación, la flexibilidad, la empatía, comunicación efectiva y la actitud positiva de todos los participantes.
Falta de iniciativa de los trabajadores para implementar la gestión de calidad.	Poca iniciativa de los trabajadores como dificultad para la implementación de la gestión de calidad	Los gerentes deben incentivar a los trabajadores y realizar un plan de capacitación, así mismo constantemente deben realizar el seguimiento de la implementación de la gestión de calidad de manera constante y verificar que se desarrolle de manera eficiente.




9.2. Estrategias que se desean implementar

Nº	Acciones de mejora	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Contratar los servicios de empresas que brinden especializaciones en gestión de empresas del mismo rubro y posteriormente los gerentes apliquen sus conocimientos en la empresa y participen su desarrollo.	Falta de educación superior y capacitación de los representantes	5 años	Eficiente servicio de atención al cliente mediante una adecuada gestión de calidad.	Investigar a cerca de las diferentes instituciones que brindan educación superior y realizar inscripción de acuerdo a la capacidad y disponibilidad.
2	Llevar a cabo estudios acerca de las diferentes técnicas de monitoreo, pues al utilizar dichas técnicas se lograra un mejor provecho de los trabajadores, los cuales siempre tienen que ser monitoreados, para asegurar que su desempeño este orientado con los planes de la empresa	Desinterés de los representantes y débil cultura corporativa y falta de presupuesto e interés para capacitarse.	6 meses	Representantes antes que conozcan las técnicas mejoran la de gestión de calidad y resultados	Acudir a expertos en gestión de calidad para programar reuniones de capacitación
3	Concientizar a los trabajadores sobre los beneficios de adaptarse a los cambios, hacerles entender que estos también los favorecen en el logro de sus objetivos personales, con estrategias como el liderazgo, información veraz, la planificación, la flexibilidad, la empatía, comunicación efectiva y la actitud positiva de todos los participantes.	Falta de adaptación de los trabajadores para implementar la gestión de calidad.	3 meses	Trabajadores que entiendan los beneficios que obtendrán al adaptarse al cambio serán más productivos para la empresa.	Acudir a expertos para llevar a cabo un proceso de concientización e inducción de los trabajadores que facilite su adaptación.
4	Incentivar a los trabajadores y realizar un plan de capacitación, así mismo constantemente deben realizar el seguimiento de la implementación de la gestión de calidad de manera constante y verificar que se desarrolle de manera eficiente.	Falta de iniciativa de los trabajadores para implementar la gestión de calidad.	3 meses	Trabajadores incentivados son más productivos.	Los gerentes deben realizar charlas motivacionales acerca de los beneficios que obtendrían con una adecuada gestión de calidad.

9.3. Recursos para la implementación de estrategias.

N°	Acciones de mejora	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Tecnologías	Tiempo
1	Contratar los servicio de empresas que brinden especializaciones en gestión de empresas del mismo rubro y posteriormente los gerentes apliquen sus conocimientos en la empresa y participen su desarrollo.	Administrador	S/ 500 mensual	Materiales equipos de académicos tiempo	5 años
2	Llevar a cabo estudios acerca de las diferentes técnicas de monitoreo, pues al utilizar dichas técnicas se lograra un mejor provecho de los trabajadores, los cuales siempre tienen que ser monitoreados, para asegurar que su desempeño este orientado con los planes de la empresa	Administrador	S/ 1500 mensuales	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo	6 meses
3	Concientizar a los trabajadores sobre los beneficios de adaptarse a los cambios, hacerles entender que estos también los favorecen en el logro de sus objetivos personales, con estrategias como el liderazgo, información veraz, la planificación, la flexibilidad, la empatía, comunicación efectiva y la actitud positiva de todos los participantes.	Administrador	S/ 1000 mensuales	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo	3 meses
4	Incentivar a los trabajadores y realizar un plan de capacitación, así mismo constantemente deben realizar el seguimiento de la implementación de la gestión de calidad de manera constante y verificar que se desarrolle de manera eficiente.	Administrador	S/ 1000 mensuales	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo	3 meses

10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero - diciembre
1	Contratar los servicio de empresas que brinden especializaciones en gestión de empresas del mismo rubro y posteriormente los gerentes apliquen sus conocimientos en la empresa y participen su desarrollo.	01-03-21	31-12-25	
2	Llevar a cabo estudios acerca de las diferentes técnicas de monitoreo, pues al utilizar dichas técnicas se lograra un mejor provecho de los trabajadores, los cuales siempre tienen que ser monitoreados, para asegurar que su desempeño este orientado con los planes de la empresa	01-01-21	31-06-21	
3	Concientizar a los trabajadores sobre los beneficios de adaptarse a los cambios, hacerles entender que estos también los favorecen en el logro de sus objetivos personales, con estrategias como el liderazgo, información veraz, la planificación, la flexibilidad, la empatía, comunicación efectiva y la actitud positiva de todos los participantes.	01-01-21	31-03-21	
4	Incentivar a los trabajadores y realizar un plan de capacitación, así mismo constantemente deben realizar el seguimiento de la implementación de la gestión de calidad de manera constante y verificar que se desarrolle de manera eficiente.	01-01-21	31-03-21	

VI. CONCLUSIONES

Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeña empresas son de género masculino, tiene de 30 a 50 años, poseen estudios no universitarios, los dueños son los administradores del negocio y poseen experiencia.

Se concluye que la mayoría de las microempresas tienen presencia en el mercado, contratan de 1 a 5 trabajadores, la mayoría es su familia y han creado sus negocios para obtener ganancias.

Se concluye que la mayoría tiene nociones de gestión de calidad, saben que aporta al rendimiento de sus negocios, posee trabajadores que no se adaptan a los cambios su implementación, se basan en la comunicación y la confianza para brindar un buen servicio; tienen nociones de atención al cliente, saben que es vital para incrementar las ventas, además se apoyan en la atención personalizada y la rapidez del servicio para lograr la calidad del servicio.

El plan de mejora identificó las fortalezas y debilidades que posee la empresa, buscando contribuir a mejorar su gestión, con la ayuda del diagnóstico y los factores internos y externos que han sido gestados van a favorecer una gestión de calidad en la atención al cliente, permitiéndoles incrementar sus ventas, cartera de clientes e ingresos.

Aspectos Complementarios

Recomendaciones

Concientizar a los trabajadores buscando su máximo desempeño posible, ya que al ser personas adultas y con experiencia, sabrán manejar con mayor seguridad diversas situaciones que se les presente en el trabajo diario bajo el liderazgo de los dueños del negocio quienes a serán quien los guie.

Mejorar la eficiencia de los colaboradores, la rapidez en la atención del servicio brindado, mantener la confianza y la comunicación, como claves de una buena atención, todo ello por medio de capacitaciones, incentivarlos a dar lo mejor de sí, empujarlos a identificarse con la empresa, alineando sus objetivos personales con los objetivos a corto plazo que posee la empresa.

Tener siempre presente y conocer cuáles son las expectativas de los clientes, para poder obtener los beneficios al brindar un servicio de calidad en las micro y pequeñas empresas.

Implementar el plan de mejora planteado, en donde el personal de primer nivel debe realizar un diagnóstico completo de la empresa, tomando como base la mejora de los problemas identificados como son: los representantes sin instrucción superior, el desconocimiento de las diferentes técnicas de gestión de calidad, la deficiente iniciativa que poseen y la dificultad en la adaptación por parte de los trabajadores en la implementación de la calidad. Superados los problemas sin sufrir retrasos en el funcionamiento de la empresa.

Aporte del investigador

La razón principal de las empresas es captar clientes, por lo tanto deben procurar siempre ser competitivas y ofrecer calidad en el servicio prestado, debe destacar ante las demás, demostrando liderazgo en su actuar y siempre procurar mejorar su capacidad para lograr el liderazgo, con un buen servicio que ofrezca rapidez, empatía, seguridad, confianza y amabilidad, ofreciendo productos de calidad que colmen las expectativas del cliente.

Valor agregado al usuario final

Todos los clientes siempre deben estar esperando recibir el mejor servicio y atención, que le sea posible y nunca quedarse callados si algo que se les ha sido brindado por las Micro y pequeñas empresas, no es correcto. La opinión del cliente siempre es muy importante porque permite que la empresa conozca cuales son los puntos débiles, en que están fallando y aportar de esta manera a mejorar la competitividad de las mismas, lo cual va a darles beneficios más adelante ya que las empresas buscan siempre retenerlos por lo que siempre están a la expectativa de las necesidades de los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 10E Bussiness School. (2021). *Herramientas y Técnicas para la Gestión de la Calidad - Grupo IOE*. Herramientas y Técnicas Para La Gestión de La Calidad. <https://www.grupoioe.es/herramientas-practicas-para-gestion-de-calidad-en-empresa/2410/>
- Abanto, K. (2017). *Gestión de calidad en la capacitación de los Recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de coishco, 2017* [ULADECH].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3330>
- Adriana, M. (2020). *Qué es el empowerment en una empresa y sus ventajas / HRTRENDS*. Qué Es El Empowerment En Una Empresa y Cómo Puede Beneficiarla. <https://empresas.infoempleo.com/hrtrends/que-es-el-empowerment-en-una-empresa-y-como-puede-beneficiarla>
- Albildo, C. (2019a). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la avenida Sánchez Carrión distrito De El Porvenir, 2018* [ULADECH].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10453>
- Albildo, C. (2019b). Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Avenida Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018 [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10453>
- Almanza, M., & Archundia, E. (2015). *El Outsourcing y la planeación fiscal en México*. El Outsourcing y La Planeación Fiscal En México.
<https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1452/index.htm>
- Almestar, P. (2017). *Caracterización De La Competitividad Y Atención Al Cliente En Las Mype Del Rubro Pollerías En La Urbanización Ignacio Merino – Piura, Año 2017* [ULADECH].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2370>
- Angües, P. (2015). Análisis del Outsourcing como estrategia de gestión empresarial. *Universidadr Da Coruña*, 70.
https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/16387/AnguesRodriguez_Paula

_TFG_2015.pdf?se

Apolinario, Y. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad bajo las normas de elaboración y expendio de alimentos y bebidas - decreto supremo 007-98 en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz, 2016* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3330>

Banco de Desarrollo America Latina. (2019). *Perspectivas económicas de América Latina 2019 : Desarrollo en Transición*.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44525/1/S1900182_es.pdf

Banco de España. (2019). *Informe de economía latinoamericana. Primer semestre de 2019*. 17.
<http://www.cardique.gov.co/public/userFiles/file/InformedeGestionPrimerSemestre2015.pdf>

Biosca, D. (2013). *Las 20 características que tiene que tener un restaurante para que los clientes repitan*. Barra de Ideas. <https://barradeideas.com/las-20-caracteristicas-que-tiene-que-tener-un-restaurante-para-que-los-clientes-repitan/>

Burgos, D. (2017). *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica Colombiana NTS-USNA 008* [Universidad Libre de Colombia].
https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO_FINAL.pdf?sequence=1

Cadavid, M. del M. (2017). *Sistemas de gestión del aprendizaje y la calidad*.
<https://www.goconqr.com/mindmap/14389117/sistemas-de-gesti-n-de-calidad>

Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. In Pearson - Prentice Hall (Ed.), *OHSAS* (Vol. 18001). Pearson - Prentice Hall.
<https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>

Canul, J. (2013). *Técnicas de evaluación laboral. Sociograma, entrevista, observación*. Técnicas de Evaluación Laboral. Sociograma, Entrevista, Observación. <https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-evaluacion-laboral->

sociograma-entrevista-observacion/

Castro, D. (2020). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la avenida camino real del distrito de Chimbote, provincia Del Santa, año 2018* [ULADECH].

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17522>

Cayas, A. (2019). *Gestión de calidad con el uso del marketing y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, distrito Huacrachuco, 2019* [ULADECH].

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11540>

Chavez, E. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las Micro y pequeña empresas del sector Servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016* [ULADECH].

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9189>

Cristancho, F. (2014). *Los niveles de gestión en una organización*. 2014.

<https://blog.acsendo.com/los-niveles-de-gestion-en-una-organizacion/>

El Congreso del Perú. (2013). Ley N° 28015 ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. *SUNAT - Ley N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de La Micro y Pequeña Empresa*, 13.

<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Fernández, M. (2019). *La gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017* [ULADECH].

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14320>

Goodman, J. (2014). *Atención estratégica al cliente* (Pluma Digital (ed.)). Pluma Digital.

Guzman, C. (2018). *Mypes: por qué son importantes para la economía peruana - PQS*. Mypes: Por Qué Son Importantes Para La Economía Peruana -PQS.

<https://pqs.pe/actualidad/economia/mypes-por-que-son-importantes-para-la-economia-peruana/>

Hernández, R., Baptista, P., & Fernández, C. (2014). *Metodología de la Investigación Científica* (Mc Graw Hill (ed.); 6th ed., Vol. 6, Issue September).

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*. (M. G. Hill (ed.); 5ta EDICIÓ).
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (M. G. Hill (ed.); Sexta, Vol. 6, Issue September). Mc Graw Hill - Education.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2011). Marketing de Servicios y Estrategias. In Edit. Artgraph (Ed.), *Marketing de Servicios y Estrategias* (4ta Edició).
- Huerta, I. (2017). Beneficios de una buena atención al cliente - Tip Empresarial. In *Beneficios de una buena atención al cliente*. 26 SEPTIEMBRE, 2017.
<http://www.nube.villanett.com/2017/09/26/beneficios-una-buena-atencion-al-cliente/>
- Larousse Gastronomique. (2021). *Diccionario gastronómico - Restaurante*.
 Restaurante.
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5932/CLIENTES_CALIDAD_MEDINA_CHUNGA_MARY_ESTEFANY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lira, M. (2009). ¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente? Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio. In M. C. L. M. Comentarios (Ed.), *Servicio Al Cliente* (1st ed., Vol. 7, Issue 1). María Carmen Lira Mejía Comentarios.
http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&%5Cnpid=S1409-12591999000100006&%5CnIng=pt&%5Cnrm=iso&%5Cntlng=es
- Lopez, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* [Universidad católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Luna, K. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro Restaurantes en el distrito de Nuevo*

- Chimbote, 2013* [ULADECH].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1374>
- Martinez, E., Milian, E., & Onésimo, N. (2018). *Propuesta de capacitación de personal para mejorar la calidad de servicio del restaurante Sumaq, Chiclayo, 2016* [Universidad Señor de Sipan].
[http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4490/Martinez Castro - Milian Villanueva.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4490/Martinez%20Castro%20-%20Milian%20Villanueva.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mata, R. (2019). *Gestión de Calidad con el uso del benchmarking en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comidas criolla, Av Pacifico, distrito de Nuevo Chimbote, 2016* [ULADECH].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10311>
- MDDL. (2018). *Municipalidad Provincial de Lambayeque*. Municipalidad Distrital de Lambayeque. http://www.munilambayeque.gob.pe/ubicacion_geografica.php
- Ortiz, J. L. (2021). *8 técnicas infalibles de atención al cliente que puedes aplicar desde hoy*. 8 Técnicas Infalibles de Atención Al Cliente Que Puedes Aplicar Desde Hoy. <https://blog.hubspot.es/service/tecnicas-atencion-cliente>
- Parasuraman, A., V, Z., & Berry, L. (1998). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of Service Quality. *J Retailing*, 6(January), 12–37.
https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple_-_Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality
- QuestionPro. (2021a). *10 métodos de evaluación de desempeño para alcanzar tus objetivos*. 10 Métodos de Evaluación de Desempeño Para Alcanzar Tus Objetivos. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodos-de-evaluacion-de-desempeno-mas-importantes/>
- QuestionPro. (2021b). *Retroalimentación del cliente: Qué es y cuál es su importancia*. <https://www.questionpro.com/blog/es/retroalimentacion-del-cliente-para-impulsar-un-negocio/>
- Ramírez, Y. (2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019* [ULADECH].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14865>

- Rectorado ULADECH. (2019). Código de ética para la investigación. Versión 002. Comité Institucional de Ética en Investigación. *Universidad Católica Los Angeles de Chimbote*, 1–7.
<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>
- Ríos, M. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, año 2019* [ULADECH].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11673>
- Rodriguez, Z. (2019). *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Santiago de Chuco, 2019* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15883>
- Rojas, M. (2020). *Caracterización de la competitividad y atención al cliente de las Mype Rubro Restaurant - Cevichería en el AA.HH. La Primavera - Piura, año 2017* [ULADECH]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16093>
- Rosas, D. (2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14705>
- Sernaque, C. (2018). *Gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del distrito de La Esperanza, año 2017 y propuestas de mejora* [ULADECH].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3906>
- Siesquen, L. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017* [ULADECH].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11099>
- Sirvent, S., Gisbert, V., & Pérez, E. (2017). Los 7 Principios De Gestión De La Calidad En Iso 9001. *3C Empresa : Investigación y Pensamiento Crítico*, 6(5),

- 10–18. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.10-18>
- SUNAT. (2020). *Mypes. Definición de la micro y pequeña empresa*. Mypes.
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>
- Vásquez, J. (2016). *Gestión de calidad y la formalización de las Mypes en el sector servicios, Restaurant Cevichería del distrito de Callería, año 2016*
[ULADECH]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2215>
- Vértice, E. (2008). *La calidad en el servicio al cliente* (p. 112).
https://www.imosver.com/es/libro/la-calidad-en-el-servicio-al-cliente_A000011678
- Villacorta, H. (2017). *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9253>
- Villalba, C. (2013). La calidad del servicio : un recorrido histórico conceptual , sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades The service quality : A conceptual historical journey , its most representative models and their application in universities. In *La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades* (IV).
- Villalba, S. (2016). *Análisis De Calidad Del Servicio Y Atención Al Cliente En Azuca Beach, Azuca Bistro Y Q Restaurant, Y Sugerencias De Mejora* [Pontificia Universidad Católica de Ecuador].
[http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/tesis final con formato diseñado2.pdf?sequence=1&isallowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/tesis%20final%20con%20formato%20dise%20ado.pdf?sequence=1&isallowed=y)

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X					
12	Reacción del informe final												X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														X	X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Folder (docena)	2	5	10.00
• Impresiones	0.10	200	20.00
• Fotocopias	0.10	510	51.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	12	2	24.00
• Anillado	5	6	30.00
• Lapiceros	7	2	10.00
• Memoria USB	25	2	50.00
Servicios			
• Uso de Internet (horas)	1.00	80	80.00
• Uso de Turnitin	100	1	100.00
Sub total			375.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	10	15	150.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			525.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			652.00
Total de presupuesto no desembolsable			1,177.00
Total (S/.)			

Anexo 3. Directorio de Mypes

N°	Razón social	Dirección
1	Todos vuelven	Av. Los incas N° 101
2	Lo nuestro	Av. Los incas N° 220
3	La perla	Av. Los Incas N° 340
4	Kumar	Av. Los Incas N° 488
5	Cevi G	Av. Los Incas N° 520
6	Mary	Av. Los Incas N° 695
7	Todo sabor a norte	Av. Los Incas N° 721
8	Sabor Andahuyino	Av. Los Incas N° 734
9	Restobar calle 7	Av. Los Incas N° 760
10	Puerto escondido	Av. Los Incas N° 905
11	El lugar de siempre	Av. Los Incas N° 921
12	Jhonny	Av. Los Incas N° 950
13	Los incas	Av. Los Incas N° 1054
14	Meraki	Av. Los Incas N° 1063
15	Aromas del norte	Av. Los Incas N° 1063

Anexo 4. Protocolo de Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a).

Me encuentro realizando un estudio de investigación para optar el título profesional de Licenciada en Administración, denominado: Gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito La Victoria, Chiclayo, 2019

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con la Gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas

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

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Mgtr. Valdiviezo Saravia, Crysber moisés quien tiene el N° de celular 948158470 o a su Correo: cvaldiviezo@uladech.edu.pe

Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio. Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

César Lecca Duya

Nombre del estudiante
investigador

[Firma]

Firma del estudiante
investigador

09-12-20

Fecha Hora

Darwin Sausa Arasco

Nombre del representante
de la empresa

[Firma]

Firma del representante
de la empresa

09-12-20

Fecha Hora

Anexo 5. Instrumento de Aplicación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **Gestión de calidad en la atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en avenida Los Incas del distrito La Victoria, Chiclayo, 2019**, para obtener el título de Licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2. ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

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

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

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

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

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

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

Anexo 6. Hoja de resultados de trabajo

BASE DE DATOS																				
Descripción	Ítem	Pregunta	Respuesta	Tabulación de los representantes															Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
Características de los representantes de las micro y pequeña empresas	1	Edad de los representantes	18 – 30 años			1					1				1			3	20.00%	
			31 – 50 años		1		1	1	1	1			1			1	1	1	9	60.00%
			51 a más años	1								1		1					3	20.00%
			Total																15	100.00%
	2	Genero de los representantes	Masculino	1		1			1		1	1		1	1		1	1	9	60.00%
			Femenino		1		1	1		1			1			1			6	40.00%
			Total																15	100.00%
	3	Grado de instrucción	Sin instrucción	1					1				1	1	1				5	33.33%
			Educación básica				1			1						1	1		4	26.67%
			Superior no universitaria		1	1		1			1	1						1	6	40.00%
			Superior universitaria																0	0.00%
			Total																15	100.00%
	4	Cargo que desempeña	Dueño	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	14	93.33%
			Administrador													1			1	6.67%
			Total																15	100.00%
	5	Tiempo que desempeña	0 a 3 años		1				1		1			1				1	5	33.00%
			4 a 6 años	1		1	1			1			1		1		1		7	46.67%
			7 a más años					1				1				1			3	20.00%
			Total																15	100.00%

Características de las micro y pequeña empresas	6	Tiempo de la empresa en el rubro	0 a 3 años					1		1			1			1		1		5	33.33%	
			4 a 6 años	1	1	1					1	1			1		1				7	46.67%
			7 a más años				1	1							1						3	20.00%
			Total																15	100.00%		
	7	Número de Trabajadores	1 a 5 trabajadores	1			1	1			1				1	1	1	1		8	53.33%	
			6 a 10 trabajadores		1	1			1	1		1	1	1							7	46.67%
			11 a más trabajadores.																		0	0.00%
			Total																15	100.00%		
	8	Personas que trabajan en su empresa	Familiares		1		1	1	1		1	1			1		1		8	53.33%		
			Personas no familiares.	1		1				1			1	1		1		1		7	46.67%	
			Total																15	100.00%		
	9	Objetivo de creación	Generar ganancia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100.00%	
			Subsistencia																		0	0.00%
Total																		15	100.00%			

Características de la gestión de calidad en la atención al cliente	10	Conocimiento sobre gestión de calidad	Si	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	80.00%		
			No																	0	0.00%	
			Tengo cierto conocimiento.		1	1											1				3	20.00%
			Total																		15	100.00%
	11	Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking																	0	0.00%	
			Atención al cliente				1	1	1	1	1	1			1		1	1		9	60.00%	
			Empowerment	1	1																2	13.33%
			La 5 s																		0	0.00%
			Outsourcing																		0	0.00%
			Otros										1	1							2	13.30%
			Ninguno			1											1				2	13.33%
	Total																		15	100.00%		
	12	Dificultades de los trabajadores para la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa				1			1	1	1								4	26.67%	
			Aprendizaje lento			1									1	1				3	20.00%	
			No se adapta al cambio	1	1			1				1					1	1		6	40.00%	
			Desconocimiento del puesto					1						1							2	13.33%
			Otros																		0	0.00%
			Total																		15	100.00%
	13	Conoce técnicas de medición de rendimiento del personal	La observación	1	1	1	1		1	1			1	1		1	1	1		11	73.33%	
			La evaluación					1			1	1			1						4	26.67%
			Escala de puntuaciones																		0	0.00%
			Evaluación de 360°																		0	0.00%
			Otros																		0	0.00%
			Total																		15	100.00%
	14	El rendimiento de la gestión de la calidad contribuye y mejora el negocio	Si	1	1	1	1		1		1		1		1		1			9	60.00%	
			No				1		1		1		1		1		1				6	40.00%
			Total																		15	100.00%

	15	La gestión de calidad le permite alcanzar los objetivos y metas	Si	1	1	1	1			1			1		1	1	8	53.33%	
			No				1		1						1			3	20.00%
			A veces							1	1		1	1				4	26.67%
			Total															15	100.00%
	16	Conocimiento del término atención al cliente	Si		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	12	80.00%
			No															0	0.00%
			Tengo cierto conocimiento	1					1								1	3	20.00%
			Total															15	100.00%
	17	Emplea la gestión de calidad en el servicio brindado	Si	1			1		1			1		1		1	1	7	46.67%
			No										1		1			2	13.33%
			A veces		1	1		1	1		1	1						6	40.00%
			Total															15	100.00%
	18	La atención es fundamental para que el cliente regrese	Si	1	1	1	1		1	1		1	1	1	1	1	1	13	86.67%
			No					1		1								2	13.33%
			Total															15	100.00%
	19	Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	Comunicación			1			1		1			1	1			5	33.33%
			Confianza				1				1	1				1	1	5	33.33%
			Retroalimentación	1	1				1							1		4	26.67%
			Ninguno					1										1	6.67%
			Total															15	100.00%
20	Principales factores para la calidad del servicio que brinda	Atención personalizada				1		1		1	1					1	5	33.33%	
		Rapidez en la entrega de los productos		1	1				1				1	1			5	33.33%	
		Las instalaciones	1						1							1	3	20.00%	
		Ninguna					1								1		2	13.33%	
		Total															15	100.00%	

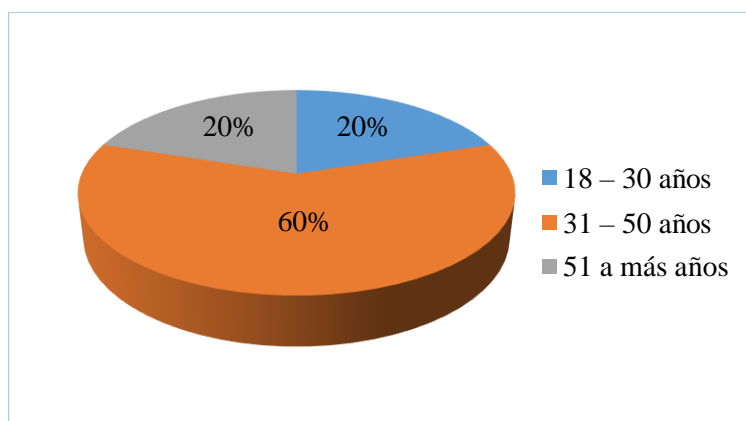
	21	Brinda una buena atención	Buena	1	1		1				1	1		1		1	1	1	9	60.00%	
			Regular			1		1	1	1			1		1					6	40.00%
			Malo																	0	0.00%
			Total																	15	100.00%
	22	Considera brindar una mala atención	No tiene suficiente personal.				1		1			1			1			1		5	33.33%
			Por una mala organización de los trabajadores.		1							1			1					3	20.00%
			Si brindan una buena atención al cliente.	1		1		1		1			1			1		1		7	46.67%
			Total																	15	100.00%
	23	Logra buenos resultados al brindar buena atención	Clientes satisfechos					1				1			1		1		4	26.67%	
			Fidelización de los clientes			1				1					1		1			4	26.67%
			Posicionamiento de la empresa	1			1													2	13.33%
			Incremento en las ventas.		1				1		1		1						1	5	33.33%
			Total																	15	100.00%

Anexo 7

Figuras

Figura 1

Edad

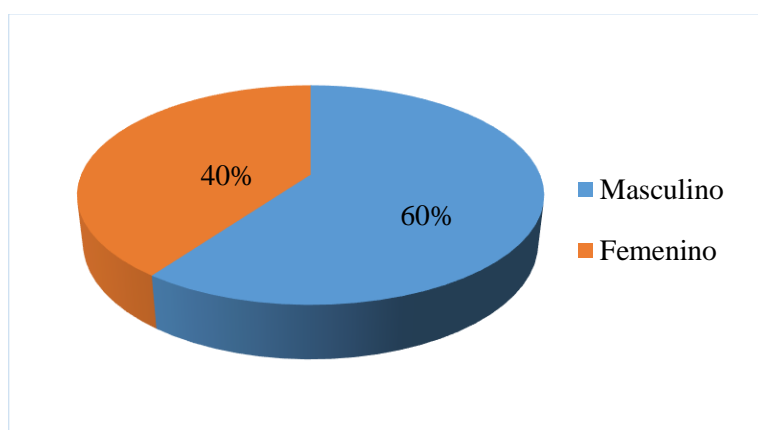


Fuente

Tabla 1

Figura 2

Genero

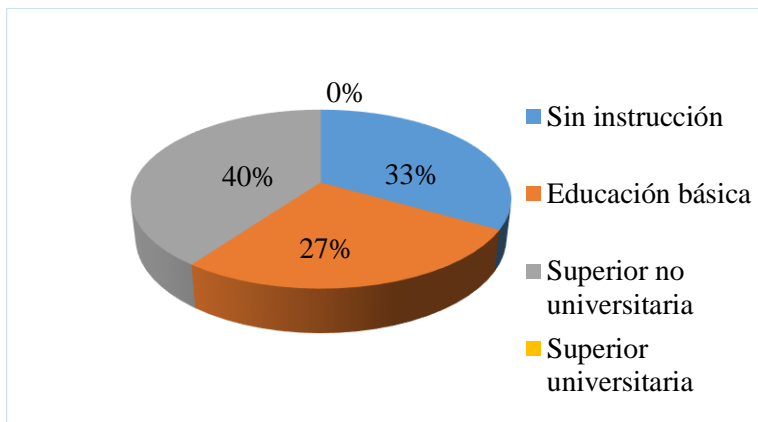


Fuente

Tabla 1

Figura 3

Grado de instrucción

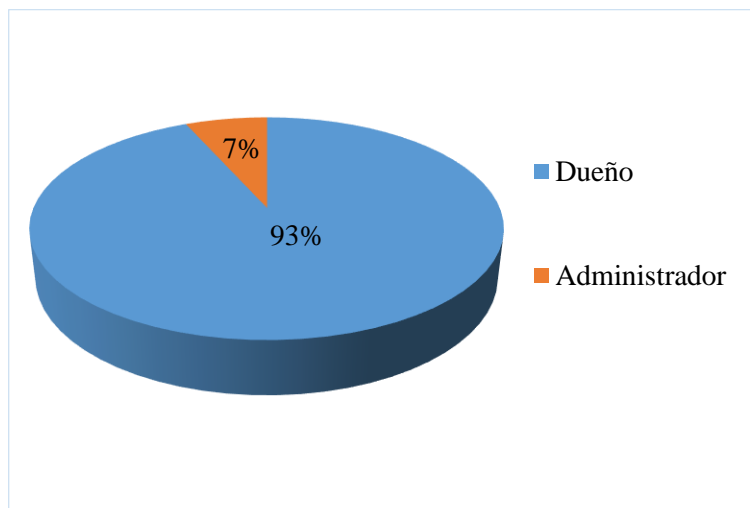


Fuente

Tabla 1

Figura 4

Cargo que desempeña

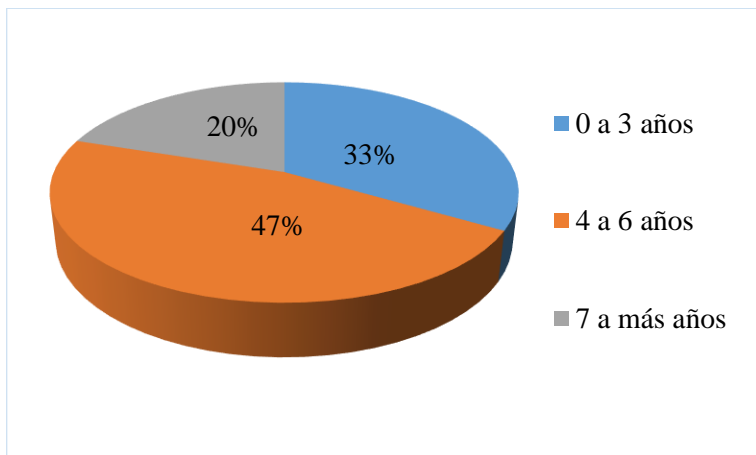


Fuente

Tabla 1

Figura 5

Tiempo que desempeña en el cargo

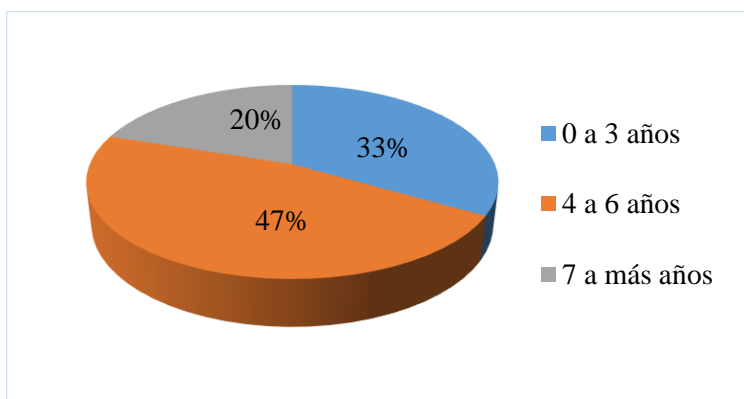


Fuente

Tabla 1

Figura 6

Tiempo de la empresa en el rubro

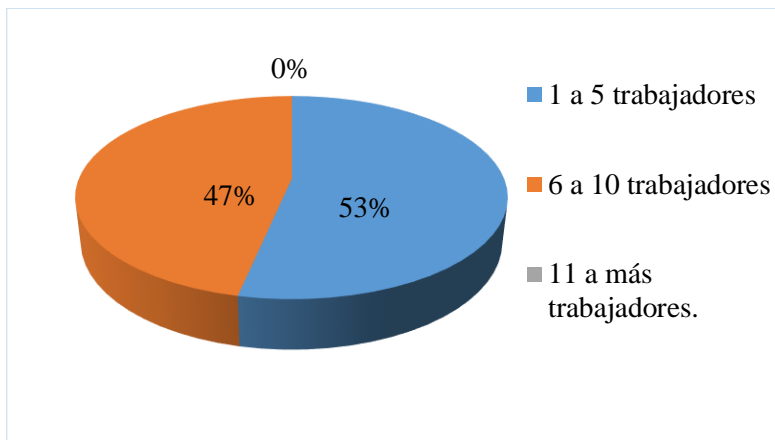


Fuente

Tabla 2

Figura 7

Número de Trabajadores

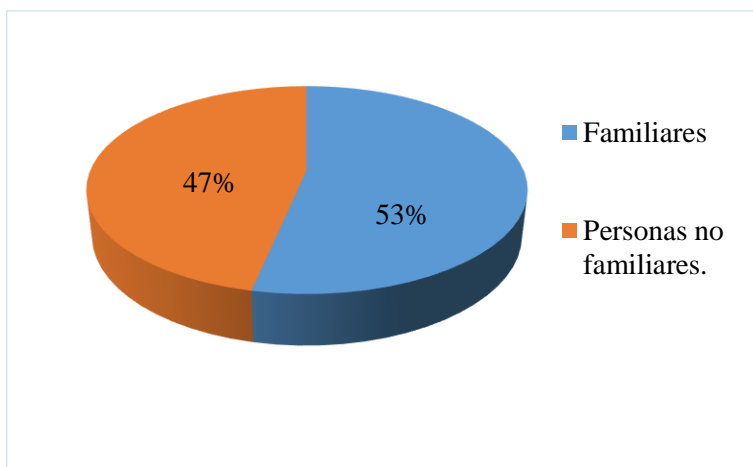


Fuente

Tabla 2

Figura 8

Las personas que trabajan en su empresa son

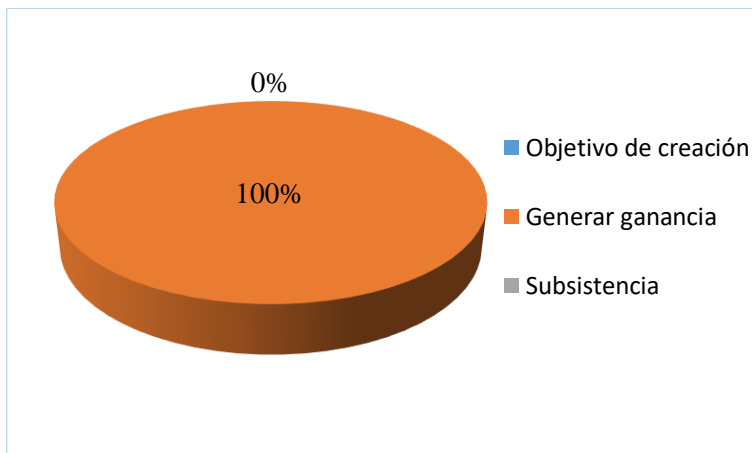


Fuente

Tabla 2

Figura 9

Objetivo de creación

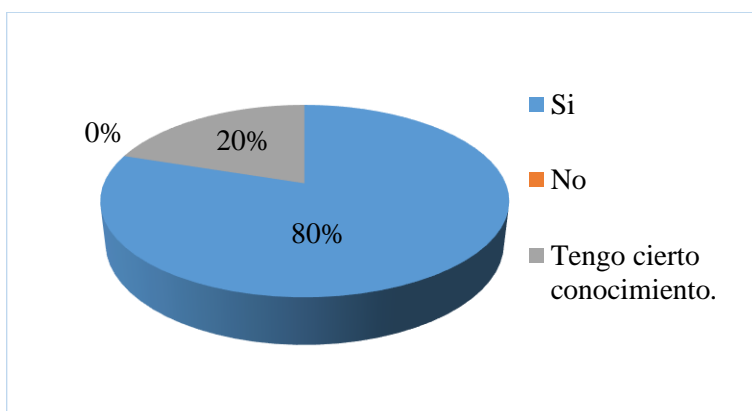


Fuente

Tabla 2

Figura 10

Conocimiento sobre Gestión de Calidad

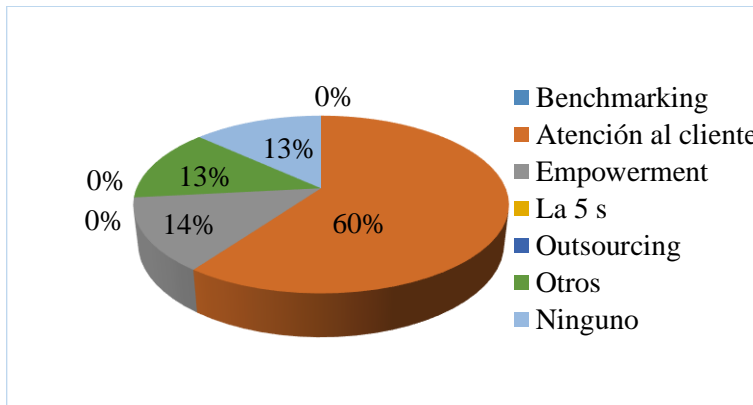


Fuente

Tabla 3

Figura 11

Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad

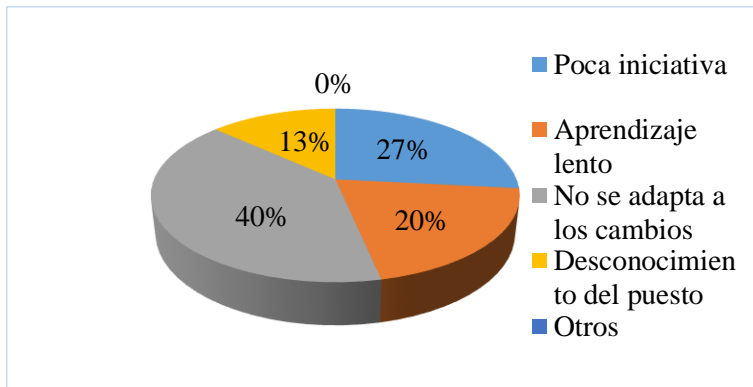


Fuente

Tabla 3

Figura 12

Dificultades de los trabajadores para la implementación de la gestión de calidad

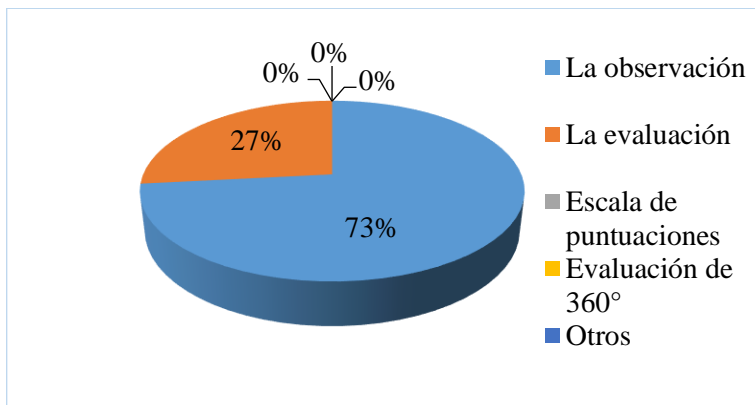


Fuente

Tabla 3

Figura 13

Conoce técnicas de medición de rendimiento del personal

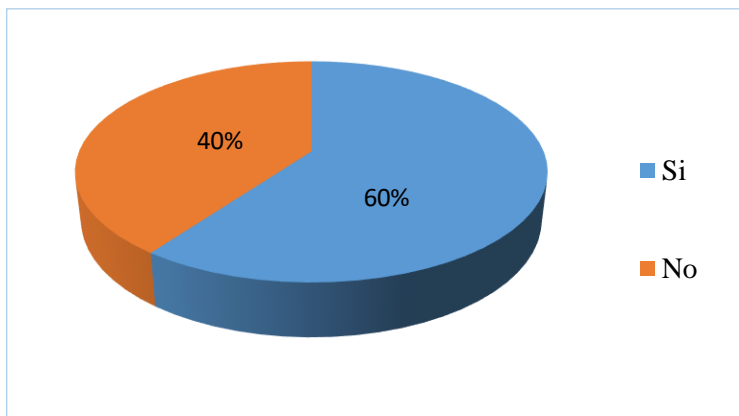


Fuente

Tabla 3

Figura 14

El rendimiento de la gestión de la calidad contribuye y mejora el negocio

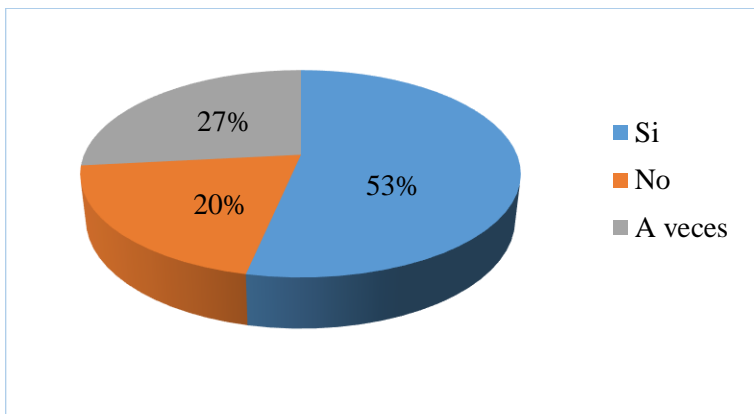


Fuente

Tabla 3

Figura 15

La gestión de calidad permite alcanzar los objetivos y metas

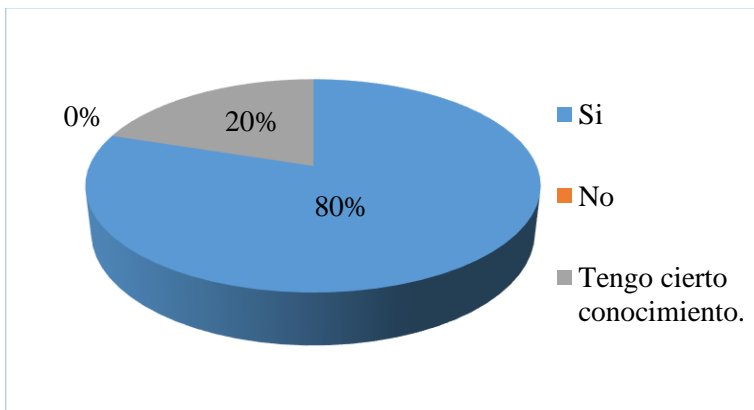


Fuente

Tabla 3

Figura 16

Conocimiento del término atención al cliente

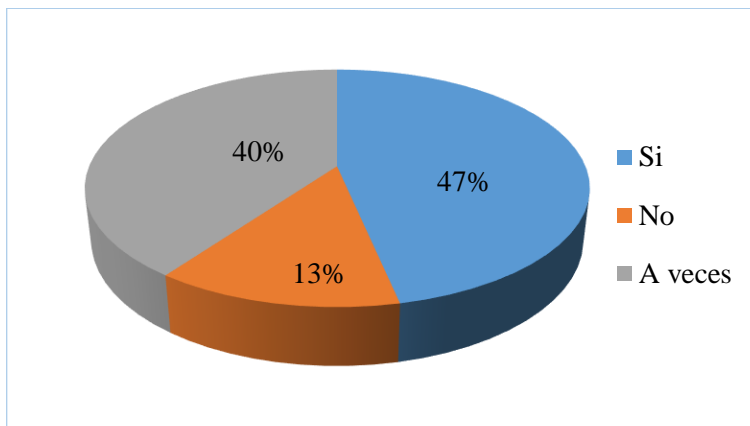


Fuente

Tabla 3

Figura 17

Empleamos la gestión de calidad en el servicio brindado a los clientes

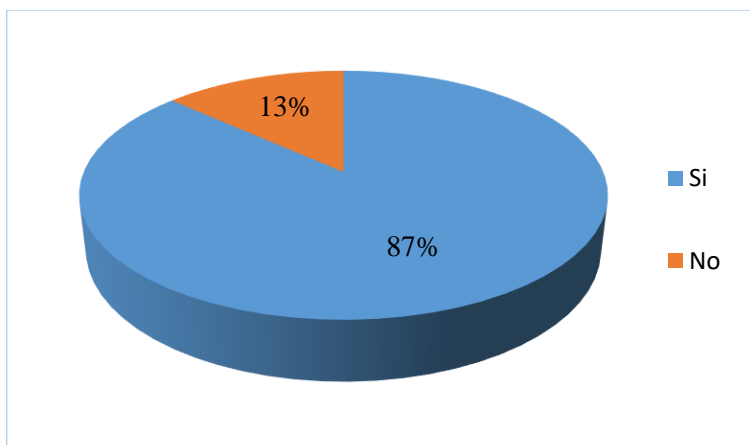


Fuente

Tabla 3

Figura 18

La atención es fundamental para que el cliente regrese

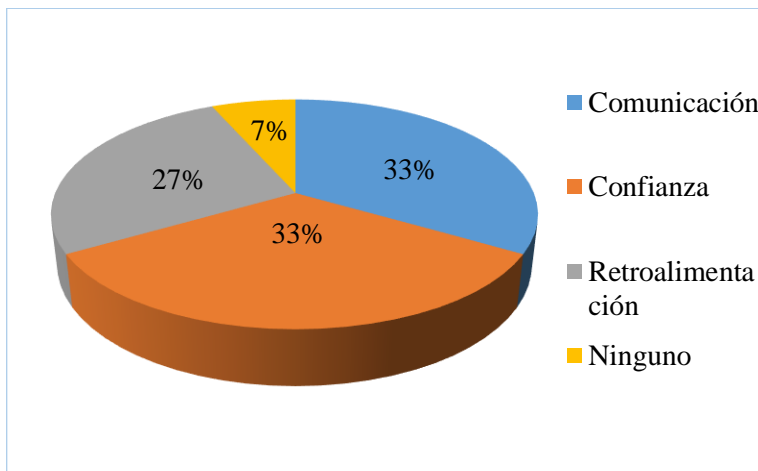


Fuente

Tabla 3

Figura 19

Herramientas que utilizamos para un servicio de calidad

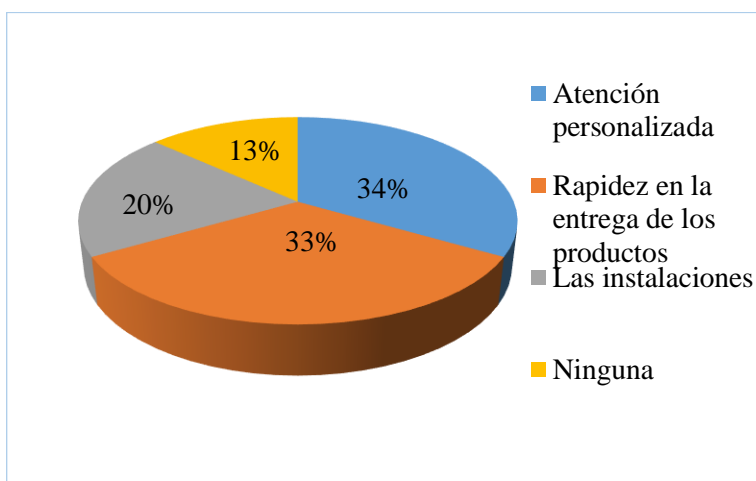


Fuente

Tabla 3

Figura 20

Principales factores para la calidad del servicio que brinda

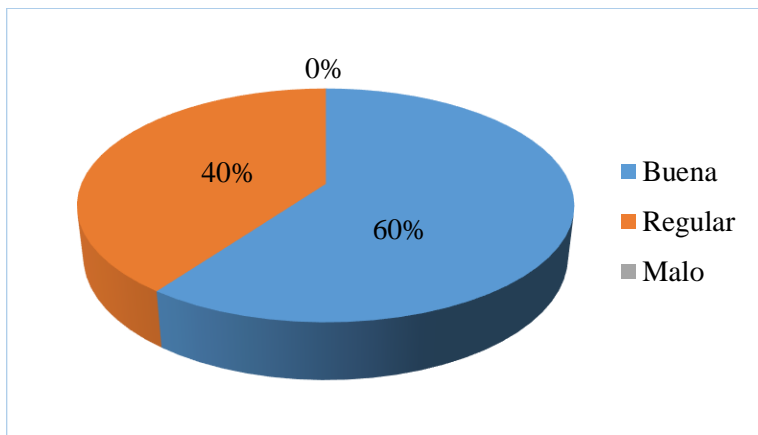


Fuente

Tabla 3

Figura 21

Brindamos una buena atención a los clientes

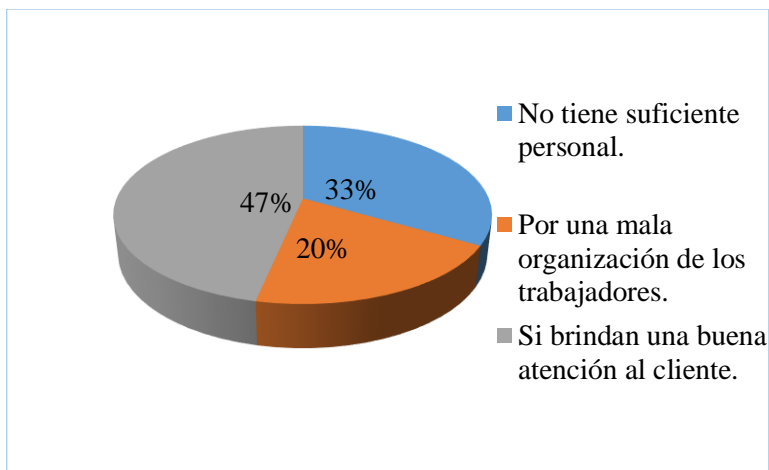


Fuente

Tabla 3

Figura 22

Consideramos brindar una mala atención al cliente

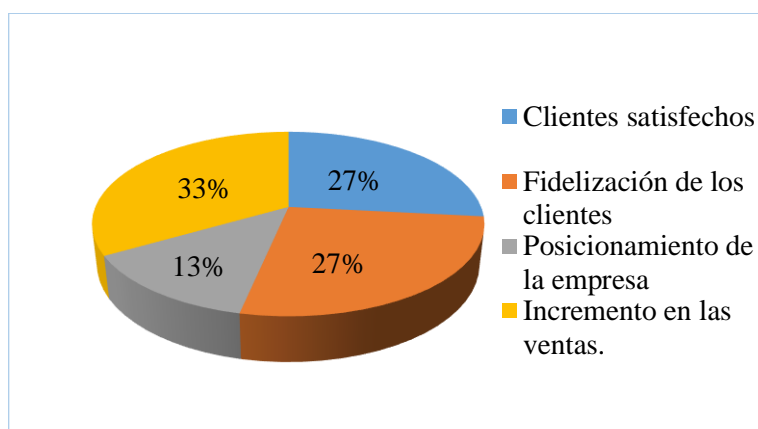


Fuente

Tabla 3

Figura 23

Logramos buenos resultados al brindar una buena atención al cliente



Fuente

Tabla 3

Anexo 8

Turniting

TALCOCUR-CLECCAO-TESIS-EMPASTADO-TURNITING-2021-02

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Apagado