



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

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS, SECTOR SERVICIOS - RUBRO
RESTAURANTES DE PRODUCTOS
HIDROBIOLÓGICOS DE LA ZONA CÉNTRICA
DE CHIMBOTE, 2018

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

AUTORA

TORRES LOPEZ, DANIELA SAHORY
ORCID: 0000-0001-7646-4440

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE-PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Torres Lopez, Daniela Sahory

ORCID: 0000-0001-7646-4440

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de
Pregrado, Chimbote, Perú

ASESOR

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

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

Vilela Vargas, Victor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Espinosa Otoy, Victor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Vilela Vargas Victor Hugo

Azabache Arquinio Carmen Rosa

Espinosa Otoy Victor Hugo

Centurion Reinerio Zacarias

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, le agradezco a Dios Todopoderoso por haberme dado la sabiduría, paciencia y la fuerza para así poder culminar mi investigación para bachiller de manera satisfactoria, y así cumplir con mis objetivos y metas planteadas.

A mis padres por haberme brindarme todo su apoyo incondicional, confianza y el esfuerzo diario que hacen para que yo pueda estudiar y así poder cumplir con mi meta que me tengo trazada.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado principalmente a Dios que es quien guía nuestro camino por el bien, y ya que gracias a él que bendice y llena de oportunidades para que mi día a día sea satisfactorio.

También se lo dedico a mis padres, que me dan su amor y apoyo incondicionalmente para poder seguir con mis metas; también a mi hermana; y finalmente a mis bisabuelos/abuelos que sé que desde el cielo me guían también por el buen camino y no dejan que me derrumbe.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar la característica de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios-rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018. La metodología fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, población y muestra fueron 26 mypes, diseño fue no experimental-transversal, su técnica fue la encuesta mediante instrumento del cuestionario. Los resultados fueron: el 73.10% tienen 51 años a más en rango de edad, 65.40% son género masculino, 69.20% son de superior no universitaria, 57.70% son administradores de la empresa, 61.50% corresponden de 0 a 3 años tiempo que permanece en el rubro, 42.30% corresponde de 0 a 3 años tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, 80.80% tienen 1 a 5 trabajadores, 57.70% personas que trabajan en la empresa son no familiares, 61.50% corresponde objetivo de la empresa es generar ganancias, 57.70% tienen cierto conocimiento del termino gestión de calidad, 73.10% conocen el termino de atención al cliente, 38.50% la dificultad que tienen es que no se adaptan a los cambios, 76.90% técnica para medir rendimiento es observación, 76.90% están de acuerdo que gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio, 88.50% si conocen termino atención al cliente, 50.00% aplican gestión de calidad en servicio, 84.60% consideran que es fundamental la atención al cliente, 57.70% utilizan herramienta de comunicación para servicio de calidad, 50.00% factor que utilizan es rapidez del servicio, 88.50% consideran que su atención es

buena, 46.10% consideran que mala organización de trabajadores afecta a empresa, 30.80% resultado de una buena atención al cliente incrementa las ventas.

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

ABSTRACT

The present research had as general objective: To determine the characteristic of quality management in customer service in micro and small companies, service sector-restaurant category of hydrobiological products in the downtown area of Chimbote, 2018. The methodology was quantitative type, level descriptive, population and sample were 26 mypes, design was non-experimental-transversal, its technique was the survey using the questionnaire instrument. The results were: 73.10% are 51 years or older in age range, 65.40% are male, 69.20% are non-university superiors, 57.70% are company administrators, 61.50% correspond from 0 to 3 years of time that they stay. in the area, 42.30% corresponds to 0 to 3 years time of permanence of the company in the area, 80.80% have 1 to 5 workers, 57.70% people who work in the company are non-family members, 61.50% correspond to the objective of the company is generate profits, 57.70% have some knowledge of the term quality management, 73.10% know the term of customer service, 38.50% the difficulty they have is that they do not adapt to changes, 76.90% technique to measure performance is observation, 76.90% agree that quality management contributes to the improvement of the business, 88.50% if they know about customer service, 50.00% apply quality management in service, 84.60% consider that customer service is essential, 57.70% use tools communication process for quality service, 50.00% factor they use is speed of service, 88.50% consider that their attention is good, 46.10% consider that poor organization of workers

affects the company, 30.80% result of good customer service increases customer service sales.

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

CONTENIDO

TÍTULO DE TESIS	i
EQUIPO DE TRABAJO	1
JURADO EVALUADOR Y ASESOR	2
AGRADECIMIENTO	3
DEDICATORIA	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	7
CONTENIDO	9
I. INTRODUCCIÓN	11
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	18
2.1. Antecedentes	18
2.2. Bases teóricas de la investigación	39
III. HIPÓTESIS	44
IV. METODOLOGÍA	45
4.1 Diseño de la investigación	45
4.2 Población y muestra	45
4.3 Definición y operacionalización	46
4.4. Técnicas e instrumentos	51
4.5. Plan de análisis	51

4.6.	Matriz de consistencia logica	52
4.7.	Principios éticos	56
V.	RESULTADOS	58
5.1.	Resultados	58
5.2.	Análisis de resultados.....	67
VI.	CONCLUSIONES.....	77
	RECOMENDACIONES	79
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
	ANEXOS	85
	ANEXO 1: Cronograma de actividades	85
	ANEXO 2: Presupuesto	86
	ANEXO 3: Instrumento de recolección de datos	88
	ANEXO 4: Gráficos	94
	ANEXO 5: Población de investigación	105

I. INTRODUCCIÓN

Las que son reconocidas como creadores de trabajo son las empresas de pequeño y micro formato, las empresas con economía mundial se determinan a través de los indicadores que son la producción, exportación, aportación al PIB. Las MYPES tienen un papel que es, que su aporte ya sea producido y ofertado en bienes o servicios, demandando y comprando productos, estos se establecen mediante un eslabón que está determinado en una actividad económica y generar el empleo a nivel mundial (Anónimo, 2016).

En Chile, hay un 1,5 millón de MYPES, estas son representadas por un 95,5% del sector formal, estas son las que aportan un 49,3% de empleo. Las MYPES en Chile son más en el sector de la actividad económica, también está el sector terciario, restaurantes y hotelería, esto genera una gran diferencia. También otra minoría que es la enseñanza, la minería, y la electricidad, gas y agua (Sercortec, S.F.).

Existen 2 millones de micro emprendedores, en el cual el 17% son de empleadores, esto quiere decir que tiene una persona a su cargo. El 83% trabajan por su cuenta. Se dice que las mujeres tienen un rol importante en el mercado, y esto es un 87,3%, estas consolidan su negocio, y esta la sitúa como líderes del desarrollo económico (Anónimo, S.F.).

En Colombia, la organización empresarial del país es un 96,4% por mype. Estas cifras beneficiosas, no deben pasar los 200 empleados y disponen de activos inferiores a los 30.000 SMMLV, desarrollan

alrededor del 40% del PIB, y el 81% de los puestos con formalidad del país. La fundación y supervivencia de las mypes en el país es todo un desafío. Se considera que, por cada 100 nuevas microempresas, pequeñas y medianas empresas, solo 43 mantienen su validez un lustro posterior. En paralelo con los países de la región, la evaluación de supervivencia colombiana es mínima. En otros países como Argentina o Chile cerca de la mitad de las mypes subsisten 5 años luego de su fundación, número que está en término con la evaluación que observa la economía de ingreso elevado (Castro, 2018).

Es una de las más ricas en América Latina, este apoyo a que las microempresas pueden surgir, este es un país muy maduro. Desde los años ochenta se han fomentado muchas empresas de un sector informal de la economía nacional, pero esta fue generada como una opción para que se pueda generar ingresos. En el año noventa el Gobierno Nacional solicitó al Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) una asistencia financiera para que esta pueda confortar y aliviar un poco a la pobreza de los sectores rurales (Anónimo, S.F.).

En Bolivia, las mypes son las que representan la mayoría de las organizaciones en el país, son las que proporcionan mayor cantidad de puestos de trabajo. El crecimiento de la economía en el país es sujeto del crecimiento, desarrollo y sostenibilidad de las empresas. (Organización Internacional del Trabajo, 2019).

En México, en el entorno de la tierra las micro y pequeñas empresas se

identifican como condición amplia para enfrentarse a los problemas que tengan reacción con la fundación de los empleos, el desarrollo en la economía y mejorar el reparto del ingreso por su participación en el Producto Interno Bruto, así como en la constante generación y mantenimiento de empleos que aporta a la economía. De igual manera, son las MYPES las que proveen a las grandes empresas, de materiales, servicios o insumos que estas últimas requieren para su operación cotidiana. Habiendo identificado la importancia de este tipo de empresas a fin de la indagación para el bienestar social y económico del país, en el año 2002 se decretó en México la Ley para Competitividad del micro pequeña y mediana empresa (Guzmán, 2016).

En España, las pequeñas y medianas empresas son muy importantes para la economía a nivel mundial, tanto que la ONU, la considero que es la espina dorsal de la economía y que son los que más generan trabajo a nivel mundial, ya que estos producen entre el 60% y 70% de empleos y generan un 50% del PBI a nivel mundial. Si en caso las pymes cerraran, el PBI y la economía en todo el mundo se hundirían. Es por tal que es de suma importancia que se pongan al mismo nivel de las empresas grandes, ya sea nacional o internacional. La producción es más flexible que permite añadir y quitar los productos más fáciles. Este país tiene una economía que a pesar de los problemas que tuvo, muestran un avance y crecimiento, y esto se refleja en las pymes que nacen y crecen a diario en el país. (Martinez, 2019).

En Perú, las MYPES atribuyen un 40% del PBI, y estas son la mayor

potencia del crecimiento del país; estas generan un 47% de empleo en América Latina. Conforme las MYPES van desarrollándose, otras van creándose, esto estimula nuestra economía. Algunas de estas desaparecen en un año, y las que quedan en este ciclo se vuelven más intervienen más en el mercado, ya que también amplían la capacidad de producir, y con esto necesitan más mano de obra (Marcelo y Vila, 2016).

A lo largo de las últimas décadas, el país fue testigo de un incremento acelerado del número de las mypes que son dirigidas por un tipo de ‘empresario emergente’. Este segmento de empresas recluta la totalidad del crecimiento del empleo reciente. El nivel de desarrollo de estas empresas y su crecimiento en términos de empleo, utilidades y productividad es desigual. Las características de sus negocios, los montos de inversión, la tecnología incorporada y las estrategias seguidas para su crecimiento, sugieren que existe una marcada heterogeneidad en el desempeño de los pequeños empresarios y de sus empresas. Es así que el Perú se ha convertido en el país líder en microfinanzas de la región de América Latina, en virtud de que ha desarrollado diversas estrategias tecnológicas, crediticias, para la captación de microdepósitos, y la provisión de servicios colaterales de manera directa o con la intervención de terceros (microseguros, remesas, transferencias, capacitación, etc.). Las microfinanzas se han convertido en uno de los pilares del desarrollo social del país para combatir la informalidad empresarial y la pobreza (Centurión, 2015).

Suele pasar que el problema de la mala atención o una mala organización

que tiene una microempresa es porque los propietarios de estas no son bien orientados a la hora de poder ejercer el servicio, y esto suele tener consecuencias a la hora de tener sus reuniones con sus colaboradores ya que no les brindara la información necesaria. Los trabajadores deberían sentirse comprometidos con su trabajo, pero pocas veces se da esto ya que muchos de ellos solo trabajan porque es su deber y no porque tengan la pasión de servir.

Dado a los problemas que tienen hoy días las micro y pequeñas empresas se da la siguiente problemática: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018? Y para poder dar algunas respuestas a la problemática se plante el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios-rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018. Para poder conseguir el objetivo general, también se plantea los objetivos específicos que son los siguientes: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicios-rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018. Describir las principales características de la gestión de calidad en

atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018.

La investigación será de suma importancia ya que nos dará respuestas a algunos cuestionamientos que se tiene sobre la atención al cliente, y los servicios, ya que hoy en día hay muchas deficiencias de esto y más en la gestión de calidad, y en esta investigación mostraremos algunas empresas que les hace mucha falta de esto.

La investigación se justificará determinando las características de los representantes, realizando el estudio de las mypes y nos dará a conocer las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios-rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018

La metodología que se utilizó en la investigación fue de tipo cuantitativo, el nivel de la investigación fue descriptivo, el diseño que se utilizó fue experimental-transversal, y la técnica que se utilizó fue la encuesta mediante el instrumento del cuestionario.

Se obtuvo los siguientes resultados: El 73.10% tienen de 31 a 50 años de edad, el 65.40% son de género masculino, el 69.20% tienen estudio superior no universitaria, el 57.70% tienen el cargo de administrador, el 42.30% tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 80.80% cuentan de 1 a 5 trabajadores, el 57.70% si conocen el término gestión de calidad, el 76.90% usan la técnica de la observación para medir el

rendimiento, el 57.70% utilizan la herramienta de la comunicación para el servicio de calidad, el 50.00% utilizan la rapidez en el servicio como factor de calidad de servicio, el 30.80% tuvo resultado de una buena atención lo que es el incremento de ventas. Toda la investigación concluye que estos resultados que se obtuvieron mediante los ítems propuestos para los representantes fueron de gran ayuda ya que se dio a conocer muchos puntos importantes que necesitan estos para que puedan mejorar su empresa, ambiente laboral, y como tratar de que el cliente prefiera a su restaurante.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Zambrano (2018) la investigación *Análisis de priorización de requerimientos en un servicio de atención al clientes*. El objetivo general es el siguiente: Caracterizar el impacto económico y operacional que tiene la incorporación de información de los clientes en la planificación de recursos necesarios para priorizar y satisfacer la demanda en un servicio de atención a clientes. Sus objetivos específicos: Caracterizar y cuantificar balance operacional al que se ve enfrentada la firma estudiada al atender requerimientos diarios de servicio, Modelar costo de no disponibilidad del equipamiento en clientes utilizando información observable por el planificador del servicio, Estimar ganancia operacional en la provisión de servicio debido a la inclusión de información de los clientes en la planificación de requerimientos, Identificar factores críticos presentes en la priorización de requerimientos, así como escenarios donde es favorable implementar esta práctica, Derivar políticas de servicio posibles de implementar debido a la incorporación de información de los clientes. a priorización de requerimientos es una práctica recurrente en diversas firmas de servicio por lo que tiene gran interés estudiar su conveniencia y aplicabilidad. Algunas investigaciones sobre esta materia sugieren que los administradores a cargo de planificar la atención a clientes deberían implementar esta política, pues en general, tiene un efecto positivo sobre la rentabilidad de los negocios y en particular sobre el retorno obtenido

por las ventas. Pese a esto, es difícil establecer si su implementación ayudará a generar los beneficios suficientes que permitan justificar su ejecución, además, se hace necesario abordar cómo incorporar esta práctica en la planificación de operaciones de un servicio específico. Bajo este contexto, se ha desarrollado una metodología que permite incluir información de los clientes de una firma para priorizar la ejecución de sus requerimientos de atención. De esta forma se han caracterizado algunos escenarios de demanda que permiten dilucidar cuándo se perciben los mayores beneficios asociados a esta práctica y qué tipo de información de los clientes puede ser incorporada como base. La metodología mencionada no solo ayuda a estimar de forma general el ahorro de recursos adquiridos al priorizar la atención, también permite caracterizar ciertos indicadores globales de servicio obtenidos al simular la atención de una cartera de clientes. Mediante este trabajo se ha determinado que, en el mejor escenario caracterizado, la firma de servicios podría ahorrar CLP\$92.240 al día al flexibilizar al 41% de su demanda diaria. Esto resulta en un ahorro de CLP\$3.690 por cliente flexibilizado. Se ha mostrado que la política estudiada es económicamente factible de implementar en ciertos casos, pues se produce una liberación de recursos que pueden ser utilizados en la diferenciación del servicio ofrecido a los clientes. Pese a lo anterior, su viabilidad práctica depende de que las condiciones específicas del negocio permitan proveer el servicio a la cartera restante de clientes a un menor costo del que se provee en la actualidad.

López (2018) en su trabajo de investigación *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de*

Guayaquil. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Y planteo los objetivos específicos: Describir los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Realizar un diagnóstico de la situación actual del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil a través de un análisis Foda, cinco Fuerzas de Porter y Pest. Realizar una investigación de campo para medir el nivel de satisfacción de los clientes en el restaurante Rachy's mediante el uso de cuestionarios. Diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. La investigación fue de tipo cuantitativa y cualitativa, su nivel descriptivo, su universo es el mercado restauranero de la ciudad de Guayaquil, su tamaño de muestra en un promedio asisten aproximadamente 7280 clientes por los últimos tres meses en el restaurante, su método de investigación será cuantitativa, su técnica y recolección de datos será mediante el cuestionario que será de 25 items. Obteniendo los siguientes resultados: Edad promedio de los encuestados: 42 años. Género: masculino con un 50% y un 48% género femenino. Cuando el autovalor es mayor que uno, el componente será seleccionado, en total se puede observar cuatro componentes seleccionados. En total estos cuatro componentes indican el 82% de la viabilidad del modelo. Existe correlación significativa entre la calidad de servicio y la

satisfacción al cliente por que la significancia es 0,000 y por lo tanto es menor de 0,05. El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante. Y un 5% de los clientes encuestados no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo que las instalaciones del restaurante son visualmente atractivas. El 67% de los clientes encuestados están de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva. Y un 3% de los clientes encuestados están en desacuerdo. El 49% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra. Y un 9% de los clientes están de acuerdo que el personal de servicio tiene una imagen o apariencia adecuada. El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa. Y un 2% de los clientes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo que la comida luce apetitosa. El 68% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que los utensilios bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestados con adecuado estado de limpieza. Y un 9% de los clientes están de acuerdo que los utensilios son prestados con adecuado estado de limpieza. El 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero. Y un 10% de los clientes encuestados están de acuerdo. El 48% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez. Y un 6% de los clientes están en

desacuerdo que el personal realiza bien el servicio desde la primera vez. El 46% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos. Y un 11% de los clientes encuestados están de acuerdo que los empleados cumplen con los horarios establecidos. El 47% de los clientes encuestados están de acuerdo que el personal del restaurante Rachy's le comunica cuando no va a presentar sus servicios y porqué. Y un 12% de los clientes están en desacuerdo que el personal del restaurante le comunica cuando no va a presentar sus servicios y por qué. El 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido. Y un 12% de los clientes encuestados están de acuerdo que el restaurante ofrece un servicio rápido. El 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos. Y un 11% están de acuerdo que el personal está dispuesto a ayudarlos. El 40% de los clientes no están de acuerdo que el personal del restaurante les comunica como es el proceso para ser servidos. El 12% de los clientes están de acuerdo que se les comunica como es el proceso para ser servidos. El 39% de los clientes está de acuerdo que el comportamiento del personal del restaurante le inspira confianza. Y el 44% de los clientes encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que el comportamiento del personal del restaurante le inspira confianza. El 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante son amables. Y un 10% de los clientes están de acuerdo que el personal del restaurante es

amable. El 47% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas. Y un 8% de los clientes encuestados están de acuerdo que el personal tiene conocimientos suficientes para responder las preguntas. El 47% de los clientes no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que se ofrece información detallada sobre el menú diario y normas en las instalaciones del restaurante. El 34% de los clientes encuestados no están de acuerdo que se ofrece información detallada sobre el menú diario y normas en las instalaciones del restaurante. El 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada. Y un 10% de los clientes están de acuerdo que el personal brinda un trato personalizado. El 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante ofrece horarios de servicios convenientes a las necesidades de los clientes. Y un 9% de los clientes están de acuerdo que se ofrece horarios de servicio convenientes a las necesidades de los clientes. El 44% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus inquietudes y sugerencias. Y el 9% de los clientes están de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus necesidades y sugerencias. El 36% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante comprende las necesidades alimenticias de sus clientes. Y un 3% de los clientes están de acuerdo que el restaurante comprende las necesidades alimenticias de sus clientes. El 79% de los clientes se encuentran no encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción

hacia el servicio del restaurante. El 88% de los clientes se encuentran en una posición intermedia con respecto a sus sentimientos hacia el servicio que presta actualmente el restaurante. El 39% de los clientes no están de acuerdo que el restaurante cumple con sus expectativas. Y el 51% de los clientes no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que el servicio prestado cumplió con sus expectativas. El 87% de los clientes no están ni acuerdo, ni en desacuerdo en aumentar el pago que se realiza a cambio de mejoras del servicio. El 87% de los clientes no están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en si recomendaría el restaurante Rachy's a otras personas.

La investigación concluye: A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio.

Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones,

la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

Antecedentes nacionales

Gaviria (2018) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente, Sector Servicios, rubro Clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017 y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha. Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha se encuentran formalizadas. Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio. El mismo que se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional, donde

con la aplicación de una encuesta de 18 preguntas, se tuvo como resultados: los propietarios de las mypes, en su mayoría se encuentran en el rango de 40 a 49 años de edad (64,0%). Son personas maduras con vasta experiencia de vida y con formación ya definida, el 64,0% son de sexo femenino; y 36,0% sexo masculino, el 44,0% son “Empíricos”; 40,0% “Técnico”; y 16,0% tiene grado “universitario.” Este resultado evidencia que la mayoría tiene poca apertura a conocimientos técnicos, son formalizados el 80,0%; y un 20,0% tiene “trámites en curso”, las mypes del rubro tienen presencia en el mercado de 4 a 8 años, (40,0%) y de 9 a más, (40,0%); de 1 a 3 años, (20,0%). Son negocios que entre competidores se conocen, inclusive, En su mayoría las mypes tienen de 5 de 8 trabajadores (72,0%); de 9 a más, (20,0%) y de 1 a 4,(8,0%). Constituyen fuentes de empleo. El 60,0% tiene a sus trabajadores registrados en planilla; 24,0% no lo tienen; y un 16,0% “parcialmente”, es decir solo algunos. : Según la investigación 76,0% de las mypes indica que no aplica técnicas de gestión de calidad en su administración. Este resultado da la razón porque las decisiones gerenciales no son sostenibles ni efectivas. El 68,0% de los encuestados indican que no definieron la misión y visión de su empresa. Explican que se debe a desconocimiento de la importancia en una gestión. El 84,0% de las mypes encuestadas, no ha estandarizado los procesos clave del negocio porque no tiene interés o no considera importante. El 60,0% no tiene definido un plan de negocios. En su mayoría (84,0%) no aplican técnicas para la solución de problemas; un 16,0% si tiene conocimiento y lo aplica. El su mayoría (84,0%) no

aplican técnicas para la solución de problemas; un 16,0% si tiene conocimiento y lo aplica. El 52,0% capacitó a su personal y un 48,0% no lo realizó. El sector servicios 88,0% no practican un protocolo de atención al cliente; 12,0% si lo tienen y les ayuda a brindar una correcta bienvenida al cliente. Se detecta que no existe una cultura de servicio, esto se evidencia en el hecho de no brindar la importancia a las sugerencias del cliente ni atender sus reclamos (84,0%). Los resultados indican que la dirección de las mypes no evalúa la actitud de servicio de su personal (52,0%). Lo cual representa un mal indicativo al no detectar esta acción contraria a los intereses de la empresa. En su mayoría (64,0%) las mypes del rubro restaurant turístico no realizan una evaluación al nivel de satisfacción del cliente. La investigación concluye: Son negocios dirigidos por microempresarios en el rango de edad de 40 a 49 años (64,0%), en su mayoría del sexo femenino y grado de instrucción empírico (44,0%). Están formalizados. Sin embargo en el aspecto laboral, existe un 40% de mypes que no cumple con mantener en planilla a sus trabajadores. Los microempresarios tienen poco interés en practicar una gestión de calidad, por tal motivo la gestión carece de aspectos técnicos. Existe una planificación del negocio de corto plazo, carecen de plan de negocio. No se aprovecha la ventaja de conformar un clúster en la zona turística de Yarinacocha con los negocios del mismo rubro. No existe preparación del personal para mejorar la experiencia de servicio al cliente, el servicio es variable. No se evalúa su desempeño del personal.

Se aprecia un interés pleno en rentabilidad sin enfoque en el cliente. No se evalúa su nivel de satisfacción.

Albido (2019) la tesis *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.*

Tiene como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. FALTA OBJETIVOS ESPECIFICOS El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo.

Con una población muestral de 12 pollerías en la Avenida Sánchez Carrión en el Distrito de El Porvenir. Para la recolección de datos se utilizó el cuestionario el cual consta de 23 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 66.67% de los representantes tienen entre 31 - 50 años de edad; el 91.67% de los representantes de las Mypes son de género masculino; el 75 % de los representantes tienen grado de educación superior no universitario; el 91.67 % de los representantes desempeñan el cargo como dueños; el 58.33 % de los representantes desempeñan en el cargo entre 4 a 6 años; el 58.33 % de pollerías encuestadas tienen un tiempo de permanencia en el rubro 4 a 6 años; el 75% de pollerías cuentan con 6 a 10 trabajadores; el 58.33 % indicaron que las personas que trabajan en la empresa son familiares; el 83.33 % de las pollerías encuestadas señalaron que su objetivo de creación fue para generar ganancias; el 58.33 % tiene cierto conocimiento del término

gestión de calidad; el 58.33 % utiliza Atención al cliente como técnica moderna de la gestión de calidad; el 41.67 % señalaron que la principal dificultad que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad es que no se adaptan al cambio; el 75% de los representantes utiliza la observación como técnica para medir el rendimiento del personal que conoce; el 58.33 % considera que la gestión de calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio; el 0 % No considera que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa; el 75 % Conoce el término de atención al cliente; el 75 % aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes; el 91.67 % Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento; el 66.67% utiliza la comunicación como herramienta para un servicio de calidad; el 75 % considera que la atención personalizada es el principal factor de calidad de servicio que se brinda; el 75 % considera que es la atención al cliente que brinda a los clientes es Buena; el 75 % consideran que si dan una buena atención; el 41.67 % considera que el resultado logrado brindando una buena atención es la fidelización del cliente. Finalmente se llega a la conclusión que, para las pymes en estudio, tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, pero afirman que si conocen termino atención al cliente, Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y que han logrado una fidelización del cliente.

Rios (2015) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes*

del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco, año 2014. Tiene como objetivo general: Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014 y obtuvo los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar las principales características de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar los principales factores de la gestión de calidad de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar las principales características que se involucran en el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. La investigación fue de tipo no experimental-descriptivo y para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 20 restaurant de una población de 180, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: en los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina el sexo masculino con el 65% y el 35% son de sexo femenino. el 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 – 44, y el 20 % tienen entre 25-34 años y el 20% tienen de 45-54, en los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa con 60%, siguiéndole el

grado de instrucción de superior universitaria incompleta con un 30%; un 10% secundaria completa y con un 0% tanto primaria completa como ninguno, el tiempo en años predomina de 5-7 años con un 50% y un 25% de 2 a 4 años y otro 25% de 8 a más años, un 90% de las Mypes son formales y un 10% son informales en el sector servicios, rubro-restaurantes, el número de trabajadores permanentes representa un 95%, mientras que los trabajadores eventuales en un 5%, la finalidad por la que se formó la mype fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares, obteniendo un 45%; un 35% para maximizar ganancias; un 10% para dar empleo a la familia y/o otros y otro 10% para otros fines respectivamente, podemos observar que; los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, que según lo encuestado nos arroja un 50% y un 25 % tanto para la preparación de alimentos como también las instalaciones de dichas Mypes, según los representantes legales encuestados, creen que la gestión de calidad es importante para la organización, reflejándose esto en un 85% y un 15% no considera q la gestión de calidad es importante para la empresa, de los 20 restaurantes encuestados, 15 de ellos que representa a un 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad, un 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado y un 20% no se siente satisfecho, el 85% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad, un 80% de los representantes legales de las Mypes encuestados,

respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo, un 60% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000, el 30% de 5000 a 10000 y un 10% de 16000 a 25000, un 80% de los representantes legales de las mypes encuestadas, respondieron que si reinvierten en la empresa, de los representantes legales encuestados el 60% dijeron que si amplían la reinversión y un 40% que no, un 90% de los representantes encuestados respondieron que la calidad es un factor importante para obtener rentabilidad, un 90% de los representantes legales de las MYPES respondieron que la rentabilidad mejoro en los 2 últimos años, el 90% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad no ha disminuido en los 2 últimos años. La investigación concluye: En cuanto a los gerentes de mas Mypes: Del estudio realizado se concluye que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cul se representa en un 60%. En cuanto a las principales características de las Mypes; el tiempo que que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las Mypes son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. En cuanto a la gestión de calidad: Del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes

de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención ; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad. En lo que se refiere a la rentabilidad: un 80% de los encuestados reinvierten en la empresa, el 60% de dichos representantes respondieron que su capital asciende de un 11000 a 15000. Además, un 90% de los representantes legales encuestados de las Myoes del sector servicios, confirman que en los dos últimos años ha mejorado su rentabilidad.

Antecedentes locales

Antúnez (2017) en su informe de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016, y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas

empresas del sector servicio-rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo, su población fue de 26 micro y pequeñas empresas, la técnica que se utilizó fue la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 72,7% tienen una edad entre 31-50 años de edad, el 63,6% son de género masculino, el 45,5% tienen un grado de instrucción superior, el 63,6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 59,1% de las micro y pequeñas empresas son informales, el 68,2% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 59,1% si están aplicando una gestión de calidad, y el 40,9% señalan lo contrario, el 40,9% manifiestan usar la mejora continua como técnica de gestión en su negocio, el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad planificar sus actividades para determinar la calidad dentro de su negocio, el 36,4% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes el buen trato, seguido de un 27,3% que prioriza los platos de calidad, el 22,7% trata de priorizar el tiempo de espera, y el 13,6% se enfoca en la limpieza para mantener a sus clientes satisfechos, el 45,5% al contratar a su personal prefiere dar la oportunidad de trabajo a sus familiares, el 54,5% no capacita a sus colaboradores en atención al cliente, el 50% de las micro y pequeñas empresas señalan que se adecuan a los factores externos cambiantes como la innovación del producto, el

36,4% realiza se adecua a un atención personalizada al cliente, y el 13,6% dice adecuarse a la implementación de Estándares de calidad, el 59,1% señala que una atención de calidad contribuye en un aumento de ventas para el negocio, el 22,7% cree que contribuye con la fidelización de los clientes, y el 18,2% manifiesta que una atención de calidad contribuye a un posicionamiento en el mercado bien ganado. La investigación concluye: Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas: La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente: La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las micro empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su

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

Vásquez (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería, Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro pollería, Chimbote, 2016 y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector-servicio – rubro pollería, Chimbote, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio–rubro pollería, Chimbote, 2016. Y Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería, Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no Experimental – Transversal – Descriptivo, su población y muestra fue de 15 micro y pequeñas empresas, se utilizó una encuesta (técnica), y para el recojo de la información se utilizó un cuestionario (instrumento) estructurado de 13 preguntas referente a los aspectos generales de los representantes, de las

micro y pequeñas empresas y de la variable gestión de calidad en atención al cliente. Obteniendo los siguientes resultados: El 75,0% tienen de 31-50 años de edad, el 66,7% son de género masculino, el 75,5% tienen superior universitaria, el 50,0% tienen de 7 a más años en el rubro, el 100,0% de las micro y pequeñas empresas son formales, el 83,3% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 58,3% si están aplicando una gestión de calidad, el 50,0% de las micro y pequeñas empresas aplican la mejora continua, el 50,0% considera que es importante planificar sus actividades para determinar la calidad en su empresa, el 50,0% capacita al personal en atención al cliente, el 75,0% considera más importante la amabilidad para la atención al cliente, el 75,0% manifiestan que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas, el 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

La investigación concluye: Referente a las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio –rubro pollería de la ciudad de Chimbote, son personas adultas, que tienen entre 31 a 50 años de edad, la mayoría son de género masculino y así mismo la mayoría tienen grado de instrucción superior universitaria.

Referente a las principales características de las micro y pequeñas empresas: La mayoría de las micro y pequeñas empresas de sector servicio – rubro pollería de la ciudad de Chimbote, tienen una permanencia en el rubro de 7 a más años, la totalidad de las micro y pequeñas empresas son formales y en su mayoría cuenta entre 1 a 5

trabajadores. Referente a las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, señalan que sí están aplicando una gestión de calidad, la mayoría aplica como técnica la mejora continua en su empresa, también consideran que lo más importante para determinar la calidad en su empresa es planificar sus actividades, así mismo la mayoría capacita al personal, pero en el presente estudio la capacitación es anual, también la mayoría considera que lo más importante para la atención al cliente es la amabilidad, así mismo la mayoría señala que brindar una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y finalmente la mayoría indica que pocas veces atienden y dan solución a los reclamos de los clientes.

2.2. Bases teóricas de la investigación

MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Las MYPES son magníficos para que puedan existir empleos, ya que un 80% de la población se encuentra ya laborando, y esta atribuye un 45% del PBI. Es fundamental destacar que la Mypes no requiere establecerse como individuo legal, pudiendo ser acarreada por el dueño sujeto personal. Podrá, sin embargo, admitir buenamente la forma de empresa individual de responsabilidad limitada, o cualquiera de las estructuras societarias previstas por la legitimidad (Aspilcueta, S.F.).

Las Mypes es una concordancia ahorrativa que está constituida por individuos natural o jurídicos (organizaciones), bajo cualquier forma de estructura que tiene como propósito desarrollar diligencias de extracción, modificación, comercialización de bienes o prestación de servicios. Las Mypes se afilian a un registro que se llaman REMYPE (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, 2017).

Las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales: de acuerdo a la microempresa su nivel de ventas anuales tiene que ser superior a 150 UIT, y el máximo de 1700 UIT. Y de acuerdo a la mediana empresa su nivel de ventas anuales debe superar a 1700 UIT, y su máximo a 2300 UIT (Ley N°30056, 2013).

En América Latina, las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) son un componente fundamental del tejido empresarial en

América Latina. Esta importancia se manifiesta en varias dimensiones, como su participación en el número total de empresas o la creación de empleo. Ello se contrapone a una participación al producto interno bruto (PIB) regional de tan solo el 25%, situación que contrasta con la de los países de la Unión Europea (UE) donde las mipymes alcanzan, en promedio, el 56%. La alta contribución al empleo, combinada con la baja contribución a la producción, refleja brechas de productividad mayores entre unidades productivas de diferente tamaño en América Latina que en la UE. La estructura productiva heterogénea y la especialización en productos de bajo valor agregado que caracteriza a América Latina influyen de manera decisiva sobre el desempeño de estas empresas y se manifiesta en la anterior brecha de productividad y en una muy baja participación en las exportaciones (Stumpo, 2018).

GESTIÓN DE CALIDAD

La gestión es un grupo de instrucciones y tácticas que fueron tomadas por una designada asociación para guiar a las empresas y así cumpla los objetivos que se trazó. La gestión tiene algunas características que son: su único fin fundamental es poder incrementar su productividad y efectividad en un plano a largo plazo. La que tiene una buena gestión es la que tiene buenos resultados (Deborah, 2015).

El objetivo principal que tiene ISO-9001 es aumentar la satisfacción del cliente, gracias a los procesos de mejora continua. Es ideal para que la organización que decida aplicar pueda garantizar que va a tener la capacidad de ofrecer productos y/o servicios que se ajustan a

las exigencias de sus clientes y estará avalado por una certificación internacional que aporta prestigio, seguridad y garantía (Escuela Europea de Excelencia, 2015).

La finalidad de los principios de la gestión de calidad es dirigir y orientar a la organización para cumplir los objetivos. Se consideraron ocho principios que los siguientes: el cliente, comprender sus necesidades y cumplir sus expectativas. El liderazgo, depende de la estrategia de dirección, el líder principal puede delegar tareas en otros responsables designados. La participación del personal, motivación de los integrantes de la organización genera un mayor compromiso, y mejor desempeño en sus tareas y reduce momento de crisis. El enfoque basado en procesos, guiar a cada área de la organización es parte del desarrollo global. El enfoque de sistema para la gestión, llevar los procedimientos establecidos por la organización genera interacción entre cada elemento del sistema de gestión de calidad. La mejora continua, la evaluación del sistema de gestión de calidad es útil para obtener mejoras en los procedimientos. El enfoque basado en hechos para la toma de decisiones, análisis de datos cualitativos y cuantitativos para medir el desempeño de la organización. La relación con los proveedores, importante mantener una relación beneficiosa y recíproca entre la organización y los proveedores (Raffino, 2019).

ATENCION AL CLIENTE

La atención al cliente es una utilidad proporcionada por una compañía con el fin de relacionarse con la clientela y así anticipar a la respuesta de sus necesidades. Es una herramienta eficiente hacia la interacción con la clientela dedicando un asesoramiento conveniente para cerciorar el manejo de una producción o de algún servicio. Esta consiste en la gestión que debe desempeñar cada empleado de una entidad ya que estos están en conexión con la clientela, para ofrecer información y resoluciones de calidad, lo cual es una conveniencia para causar una justificación. El trabajo y ocupación de todos los colaboradores de una compañía deber ser guiado en una misma dirección, teniendo como foco o medio a la clientela. La política del servicio se debe proyectar en la cognición profunda de las expectativas y la necesidad de la clientela y así poder complacerlos, así la meta es la lealtad (Porporatto, 2015).

La atención al cliente es una herramienta que puede ser muy eficaz si se utiliza de forma adecuada, ya que el éxito de la empresa mucho depende de esto ya que tienen la capacidad de captar clientes y poder mantenerlos. La atención al cliente que realiza cada trabajador de la empresa permite lograr la satisfacción de los clientes, lo cual también se vincula con la mayor o menor capacidad de las empresas para poder generar rentabilidad y calidad. Los beneficios de la atención al cliente se reparten en diez puntos los cuales son: mayor lealtad de los consumidores, mayor rentabilidad y ventas, más ventas individuales, disposición para comprar, clientes indirectos, clientes directos, menores

gastos, aceptación y confianza, mejor imagen, sobresalir entre la competencia, mejor clima de trabajo (Huerta, 2017).

MARCO CONCEPTUAL

Micro y pequeñas empresas: es la que constituye una persona natural y jurídica, la finalidad es poder desenvolver actividades de producción o prestación de servicios. Estas microempresas pueden contar con un máximo de 10 empleados y sus activos deben ser mayores a 500 salarios mínimos. Sus ventas de la microempresa deben ser hasta 150 UIT, y de la pequeña empresa es desde 150 UIT hasta 1700 UIT.

Gestión de calidad: conjunto de decisiones que se planifican para poder lograr un objetivo, para poder mejorar la calidad de los productos o de servicios. También se denomina mecanismo operativo que puede tener una organización para que pueda optimizar sus procesos. El objetivo es poder orientar la información, maquinaria y trabajo en el cual los clientes puedan estar conformes con los productos y/o servicios que obtienen.

Atención al cliente: un servicio que proporciona las empresas para los clientes y estos se puedan relacionar con los trabajadores y así este pueda anticiparse con la necesidad que el cliente pueda tener, es una herramienta para que se puedan interactuar con los clientes.

III. HIPÓTESIS

La presente investigación que tiene por título: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios- rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018, no formula la hipótesis por ser descriptiva, ya que este tipo de investigación describe la realidad de muchas situaciones que están afrontando o la cual se puede analizar, ya que así sean de datos reales, no puede describir una situación exacta.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El trabajo de investigación fue de tipo cuantitativo, y su nivel de investigación fue descriptivo, con un diseño no experimental-transversal.

- Descriptivo, porque describió las variables en estudio las más relevantes.
- No experimental, porque la recopilación de las variables no se ha modificado
- Transversal, porque los datos recopilados en un tiempo único, para describir su variable de estudio.

4.2 Población y muestra

Se utilizó una población de 26 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018. Lo cual la información nos brindó la Municipalidad del Santa.

Se utilizó una muestra de 26 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018. Lo cual se usó el 100% de la población.

A quienes se incluyó en esta investigación fue a los dueños o administradores de dichas empresas para que estos puedan brindarnos mejor la información. En lo cual se excluyó a los clientes y trabajadores, ya que de acuerdo a los ítems propuestos iba dirigido a los dueños o administradores de las empresas.

4.3 Definición y operacionalización

VARIACIÓN	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Perfil del representante de la micro y pequeña empresa.	Persona natural o jurídica que representa o asume las responsabilidades de una empresa.	Edad	18 – 30 años 31 – 51 años 51 años a más	Cuantitativo
		Sexo	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	Sin instrucción Primaria Secundaria Superior no universitaria	Ordinal

			Superior universitaria	
		Cargo	Dueño Administrador Gerente	Nominal
		Tiempo que desempeña en el cargo (años)	0 a 4 años 5 a 9 años 10 años a más	Cuantitativo

VARIACIÓN	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Características de la micro y pequeña empresa.	En una organización que obtuvo como objetivo de lucro conformada generalmente de 1 a 20 personas.	Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 4 años 1 a 9 años 10 a más años	Cuantitativo
		Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores	Cuantitativo
		Personas que trabajan en su empresa	Familiares Personas no familiares	Nominal
		Objeto de creación	Generar ganancias Subsistencia	Nominal

VARIACIÓN	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Gestión de calidad en la micro y pequeña empresa.	La gestión de calidad son acciones planificadas que son necesarias para dar una confianza al producto o servicio, se centra también en los medios que pueda tener para obtenerla, este utiliza un seguro para la calidad y un control de los procesos,	Conoce el término de gestión de calidad	SI NO Tiene poco conocimiento	Nominal
		Que técnicas de la gestión de calidad conoce	Benchmarking Marketing Empowerment Las 5 c Outsourcing Otros	Nominal
		Que dificultades tiene el personal para la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento	Nominal

		<p>Que técnicas para rendir el conocimiento conoces</p>	<p>La observación</p> <p>La evaluación</p> <p>Escala de puntuaciones</p> <p>Evaluación de 360°</p> <p>Otros</p>	<p>Nominal</p>
		<p>La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de negocio</p>	<p>SI</p> <p>NO</p>	<p>Nominal</p>

4.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizará para el recojo de información es la encuesta, la cual estará direccionada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018.

El instrumento que se utilizará es el cuestionario, elaborado con 22 preguntas dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, y para la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad.

4.5. Plan de análisis

Se utilizará el nivel descriptivo, también se elaborarán encuestas, gráficos estadísticos, tablas de frecuencia de la variable de estudio y se utilizarán los siguientes programas informáticos:

- Microsoft Excel para realizar la tabulación de la información obtenida con el cuestionario como instrumentos; también será útil para las tablas y figuras.
- Microsoft Word para realizar la redacción del trabajo de investigación.
- PDF para la presentación final del proyecto de investigación.
- Microsoft Power Point para elaborar la presentación en diapositivas y ser utilizadas en la exposición del trabajo de investigación.
- Programa Turnitin: Porque se utilizará para medir el porcentaje de similitud de la investigación con otros estudios.

4.6. Matriz de consistencia logica

TÍTULO	PROBLEMÁTICA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018	¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018?	Objetivo general: Determinar la característica de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018?	La presente investigación que tiene por título: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote,	Atención al cliente	TÉCNICA: Entrevista/encuesta INSTRUMENTO: Formulario de preguntas POBLACIÓN: Micro y pequeñas empresas de atención al cliente

		<p>cos de la zona céntrica de Chimbote, 2018</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro de restaurantes de productos hidrobiológicos de la</p>	<p>2018. No se formula hipótesis por ser descriptiva, porque la investigación descriptiva muestra la realidad de muchas situaciones que están afrontando o la cual se pueda analizar, ya que así sean de datos reales, no puede describir una situación exacta.</p>		
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

		<p>zona céntrica de Chimbote, 2018</p> <p>Determinar las característic as de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológi cos de la zona céntrica de Chimbote, 2018</p>			
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

		Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018			
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

4.7. Principios éticos

El trabajo que se realizó a las empresas, en especial a los representantes, estos no sufrirán ningún daño ya que la investigación solo busca satisfacer a cada uno de ellos. Los puntos que se tomarán en cuenta serán:

Protección a las personas: en la investigación se tuvo respeto de la identidad del representante de las micro y pequeñas empresas, del rubro de restaurantes de productos hidrobiológicos.

Libre participación y derecho a estar informado: los representantes que participaron en la investigación firmaron un consentimiento en el cual se le informo cual era el tema del trabajo de investigación, ya que ellos son libres de poder aceptar o no.

Beneficencia y no maleficencia: en la presente investigación se respetó todas las reglas que se solicitan para realizar la investigación, por tal siempre se garantizó el bienestar de los representantes de las empresas.

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad: de acuerdo a este punto al momento de realizar el cuestionario a los representantes, se utilizó en lo más mínimo de hojas Bonds, y también con los elementos electrónicos se usó solo en ocasiones importantes.

Justicia: en esta investigación se antepuso el bien común de los representantes, ya que también se les trato equitativamente a quienes participaron en el proceso, procedimiento de la investigación, y también estos pueden tener acceso a los resultados de la investigación.

Integridad científica: se respetó a todos los autores, en el cual se colocó sus citas bibliográficas que están acorde a las normas APA.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 01: Referente a los representantes las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018

Datos generales	Frecuencia	
	Absoluta	Relativa
Edad(años)		
18-30	2	7.70%
31-50	5	19.20%
51 años a más	19	73.10%
Total	26	100.00%
Género		
Femenino	9	34.60%
Masculino	17	65.40%
Total	26	100.00%
Grado de Instrucción		
Primaria	3	11.50%
Secundaria	5	19.20%
Superior no universitaria	18	69.20%
Total	26	100.00%

Cargo		
Dueño	11	42.30%
Administrador	15	57.70%
Total	26	100.00%

Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	16	61.50%
4 a 6 años	4	15.40%
7 años a más	6	23.10%
Total	26	100.00%

Fuente: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro cevicherías de la zona céntrica de Chimbote, 2018

Tabla 02: Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018.

De la empresa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
0 a 3 años	11	42.30%
4 a 6 años	9	34.60%
7 años a más	6	23.10%
Total	26	100.00%
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	21	80.80%
6 a 10 trabajadores	3	11.50%
11 a más trabajadores	2	7.70%
Total	26	100.00%

Personas que**trabajan en su****empresa**

Familiares	11	42.30%
Personas no familiares	15	57.70%
Total	26	100.00%

Objetivo de**la empresa**

Generar ganancias	16	61.50%
Subsistencia	10	38.50%
Total	26	100.00%

Fuente: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y

pequeñas empresas sector servicios, rubro

cevicherías de la zona

céntrica de Chimbote, 2018

Tabla 03: Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018

Gestión de calidad en		
atención	Frecuencia	Frecuencia
al cliente	Absoluta	Relativa
Conoce el término gestión de calidad		
Si	4	15.40%
Tengo cierto conocimiento	15	57.70%
No	7	26.90%
Total	26	100.00%
Técnicas de gestión de que aplica		
Benchmarking	2	7.70%
Atención al cliente	19	73.10%
Lluvia de ideas	5	19.20%
Las 5 S	0	0.00%
Outsorsing	0	0.00%
Otros	0	0.00%
Total	26	100.00%
Dificultades de los trabajadores en la		

gestión

Poca iniciativa	8	30.80%
Aprendizaje lento	3	11.50%
No se adapta a los cambios	10	38.50%
Desconocimiento del puesto	5	19.20%
Total	26	100.00%

Técnicas para medir el rendimiento**del****trabajador**

La observación	20	76.90%
La evaluación	6	23.10%
La escala de puntuaciones	0	0.00%
Evaluación 360°	0	0.00%
Total	26	100.00%

Gestión de calidad mejora el**rendimiento****de la empresa**

Si	20	76.90%
A veces	4	15.40%
No	2	7.70%
Total	26	100.00%

Continua...

Gestión de calidad en atención al cliente	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Término atención al cliente		
Si	23	88.50%
Tengo cierto conocimiento	3	11.50%
No	0	0.00%
Total	26	100.00%
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes		
Siempre	13	50.00%
A veces	13	50.00%
Nunca	0	0.00%
Total	26	100.00%
Atención al cliente es fundamental para que este regrese		
Si	22	84.60%
A veces	4	15.40%
No	0	0.00%
Total	26	100.00%
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	15	57.70%
Confianza	11	42.30%
Retroalimentación	0	0.00%
Total	26	100.00%
Factores de calidad al servicio		
Atención personalizada	2	7.70%

Rapidez en el servicio	13	50.00%
Las instalaciones	11	42.30%
Total	26	100.00%

Atención que brinda al cliente es

Buena	23	88.50%
Regular	3	11.50%
Mala	0	0.00%
Total	26	100.00%

Gestión de calidad en

atención	Frecuencia	Frecuencia
al cliente	Absoluta	Relativa

Por qué considera que se está

dando una

mala atención

No tiene suficiente personal	6	23.10%
Por una mala organización de los trabajadores	12	46.20%
Ninguna de las anteriores	8	30.80%
Total	26	100.00%

Resultados de una buena

atención

Clientes satisfechos	6	23.10%
Fidelización de los clientes	7	26.90%

Posicionamiento de la empresa	5	19.20%
Incremento de las ventas	8	30.80%
Total	26	100.00%

Fuente: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas

sector servicios,

rubro cevicherías de la zona céntrica de Chimbote,

2018

5.2. Análisis de resultados

Tabla 01: Referente a los representantes las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018

Edad: el mayor porcentaje de los representantes de las micro y pequeñas empresas es del 73.10% que tienen de 51 años a más de edad, esto parcialmente coincide con Valverde (2018) que el 57.10% tienen la edad de 51 años a más de edad, también coincide de alguna manera con Quijano (2019) el cual muestra que el 69.00% tienen una edad de 51 años a más de edad. Por otro lado, contrasta que Vives (2017) muestra que el 100.00% tienen la edad de 31 a 50 años, del mismo modo con Albido (2019) muestra que el 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen la edad de 31 a 50 años. El menor porcentaje que tienen los representantes de las micro y pequeñas empresas es del 7.70% que tienen de 18 a 30 años de edad, esto parcialmente coincide con Córdova (2017) el cual muestra que el 10.00% tienen la edad de 18 a 30 años, también coincide con Quijano (2019) el cual muestra que el 12.00% tienen de 18 a 30 años de edad. Esto demuestra que la mayoría están siendo dirigidas por los adultos.

Género: el mayor porcentaje es del 65.40% que corresponde al género masculino, esto parcialmente coincide con Peralta (2017) que muestra que el 50.00% son de género masculino, Vives (2017) muestra que el 75.00% son de género masculino, de igual manera Albido (2019) muestra que el 91.67% son de género masculino, también Quijano (2019) muestra

que el 69.00% son de género masculino. Por otro lado, se contrasta que Córdova (2018) muestra que el 80.00% son de género femenino, también Valverde (2018) muestra que el 100.00% son de género femenino. El menor porcentaje es del 34.60% para el género de femenino. Esto demuestra que el porcentaje respecto al género está siendo por compartido.

Grado de instrucción: el mayor porcentaje es del 69.20% que corresponde al grado de instrucción el cual es de superior no universitaria, esto coincide parcialmente con Vives (2017) que tiene el 50.00% el cual corresponde a superior no universitaria, Albido (2019) muestra que el 75.00% corresponde a superior no universitaria. Por otro lado, contrasta que Córdova (2018) tiene el 60.00% que corresponde al grado de instrucción de educación básica, mientras que Valverde (2018) tiene el 57.10% que corresponde al grado de instrucción de primaria, Peralta (2017) tiene el 50.00% que corresponde al grado de instrucción de secundaria, también Quijano (2019) tiene el 50.00% que corresponde al grado de instrucción de superior universitario. El menor porcentaje respecto al grado de instrucción es del 11.50% lo cual corresponde a primaria, lo cual coincide parcialmente a Quijano (2019) con el 4.00% con el cual corresponde al grado de instrucción de primaria, y de acuerdo a Peralta (2017) tiene el 14.30% el cual corresponde a primaria. Esto demuestra que solo un porcentaje pertenece al grado de superior no universitaria.

Cargo: el mayor porcentaje respecto al cargo es del 57.70% que corresponde al administrador, esto coincide con Vives (2017) el cual tiene el 75.00% que corresponde al administrador. Por otro lado, contrasta que Valverde (2018) tiene el 100.00% que corresponde a dueño, también Albido (2019) tiene el 91.67% el cual corresponde a dueño, Quijano (2019) tiene que el 58.00% son los dueños. El menor porcentaje es del 42.30% que corresponde al cargo de dueño, mientras que Vives (2017) tiene que el 25.00% es el propietario, también Valverde (2018) tiene que el 0.00% lo cual corresponde a administrador y gerente, Albido (2019) tiene que el 8.33% corresponde a administrador, también Quijano (2019) muestra que el 42.00% corresponde al cargo de administrador.

Tiempo en el cargo: el mayor porcentaje es del 61.50% el cual corresponde a 0 a 3 años, esto coincide parcialmente con Vives (2017) que tiene el 50.00% que corresponde a 1 a 3 años. Por otro lado, se contrasta que Córdova (2018) tiene el 70.00% que corresponde a 7 a más años de tiempo en el cargo, de la misma manera Valverde (2018) tiene que el 85.70% corresponde a 7 a más años en el tiempo de cargo, también Albido (2019) muestra que el 58.33% corresponde a 4 a 6 años en el tiempo de cargo, Quijano (2019) tiene que el 65.00% corresponde a 7 a más años en el desempeño del cargo. El menor porcentaje es del 23.10% el cual corresponde a 7 años a más en el tiempo en el cargo, esto coincide parcialmente con Albido (2019) que tiene el 16.67% lo que corresponde a 7 a más años en el tiempo de cargo. De otro lado se contrasta que Vives (2017) tiene el 0.00% que corresponde a 7 a más en el tiempo en el cargo,

mientras que Córdova (2018) tiene el 10.00% que corresponde a 0 a 3 años en el tiempo en el cargo, Valverde (2018) tiene que el 0.00% corresponde a 1 a 3 años de tiempo en el cargo, también Albido (2019) tiene que el 16.67% corresponde a 7 años a más, Quijano (2019) tiene el 12.00% que corresponde a 0 a 3 años de tiempo en el cargo.

Tabla 02: Referente a las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años): el porcentaje más alto es del 42.30% que corresponde a 0 a 3 años de permanencia en el rubro, tiene una coincidencia parcialmente con Vives (2017) que tiene el 50.00% que corresponde a 0 a 3 años de permanencia en el rubro. Por otro lado, contrasta que Córdova (2018) tiene el 70.00% que corresponde a 7 a más años, mientras que Valverde (2018) tiene el 85.70% que corresponde a 7 a más años de permanencia en el rubro, también Albido (2019) tiene el 58.33% que corresponde de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, Quijano (2019) tiene el 65.00% que corresponde a 7 a más años de permanencia en el rubro. El porcentaje menor es del 23.10% que corresponde a 7 años a más, que coincide parcialmente con Albido (2019) que tiene el 16.67% que corresponde a 7 años a más de permanencia en el rubro. Por el otro lado Córdova (2018) tiene que el 10.00% corresponde a 0 a 3 años de permanencia en el rubro, también Valverde (2018) tiene que el 0.00% corresponde a 0 a 3 años de permanencia en el rubro,

Quijano (2019) tiene que el 10.00% el cual corresponde a 0 a 3 años de permanencia en el rubro.

Número de trabajadores: el mayor porcentaje es de 80.80% que corresponde de 1 a 5 trabajadores, esto coincide parcialmente con Córdova (2018) el cual tiene el 70.00% que corresponde de 1 a 5 trabajadores, también Valverde (2018) tiene que el 100.00% corresponde de 1 a 5 trabajadores. Por otro lado se contrasta que Albido (2019) tiene el 75.00% lo que corresponde de 6 a 10 trabajadores, mientras que Quijano (2019) tiene que el 54.00% le corresponde de 11 a más trabajadores. El menor porcentaje que se tiene es del 7.70% lo cual corresponde de 11 a más trabajadores, esto coincide parcialmente con Albido (2019) que tiene el 8.33% lo que corresponde de 11 a más trabajadores, también con Córdova (2018) el cual tiene que el 10.00% le corresponde a 11 a más trabajadores. Por otro lado, se contrasta que Valverde (2018) tiene que el 0.0% le corresponde de 5 a 10 y de 11 a más trabajadores, mientras que Quijano (2019) muestra que el 8% le corresponde de 1 a 5 trabajadores.

Personas que trabajan en la empresa: el mayor porcentaje que se tuvo es del 57.7% lo cual corresponde a las personas que no son familiares, esto coincide parcialmente con Albido (2019) que tiene el 41.67% lo cual corresponde a personas que no son familiares. Por otro lado, contrasta que Quijano (2019) tiene el 50.0% que corresponde para ambos. El menor porcentaje que tiene es del 42.3% lo que corresponde a los familiares,

mientras que Quijano (2019) tiene que el 19.0% corresponde a los familiares.

Objetivo de la empresa: el mayor porcentaje es del 61.5% lo cual corresponde a generar ganancias, esto coincide parcialmente con Córdova (2018) que tiene 60.0% lo que corresponde a generar ganancias, también con Valverde (2018) que tiene que el 71.4% lo que corresponde a generar ganancias, de igual manera con Quijano (2019) que tiene el 77.0% lo cual corresponde a generar ganancias, Albido (2019) tiene el 83.33% lo cual corresponde a generar ganancias, también Vives (2017) tiene el 100.0% lo cual corresponde a generar ganancias. El menor porcentaje que se obtuvo es de 38.5% lo que corresponde a subsistencia, esto coincide parcialmente con Córdova (2018) tiene el 40.0% lo que corresponde a subsistencia, también Valverde (2018) tiene que el 28.6% lo cual corresponde a subsistencia, Quijano (2019) tiene el 23% lo cual corresponde a subsistencia, también Albido (2019) tiene el 16.67% lo cual corresponde a subsistencia, mientras que Vives (2017) tiene el 0.0% que corresponde a subsistencia.

Tabla 03: Referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018

Termino de gestión de calidad: el mayor porcentaje que se obtuvo fue de 57.7% lo cual corresponde a que tienen cierto conocimiento, esto coincide parcialmente con Albido (2019) que tiene el 58.33% lo cual

corresponde a que tienen cierto conocimiento. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 15.4% lo que corresponde a que si conocen el término. Mientras que Albido (2019) tiene que el 8.33% lo cual corresponde a que no tienen conocimiento del termino gestión de calidad.

Técnicas de gestión que se aplica: el mayor porcentaje que se tiene es de 73.1% lo cual corresponde a atención al cliente, que coincide parcialmente con Albido (2019) que tiene el 58.33% lo que corresponde a atención al cliente como técnica de gestión que aplican. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 7.7% que corresponde a Benchmarking como técnica de gestión que aplican. Mientras que Albido (2019) tiene que el 41.67% no aplican ninguna técnica de gestión.

Dificultades de los trabajadores en la gestión: el mayor porcentaje que se obtuvo fue del 38.5% que corresponde a que no se adaptan a los cambios, mientras que Albido (2019) tiene el 41.67% el cual corresponde a que los trabajadores no se adaptan a los cambios. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 11.5% lo cual corresponde a aprendizaje lento, mientras que Albido (2019) tiene el 8.33% lo cual corresponde a la poca iniciativa que tienen los trabajadores.

Técnicas para medir el rendimiento del trabajador: el mayor porcentaje que se obtuvo fue del 76.9% el cual corresponde a la técnica de la observación, mientras que Albido (2019) tiene el 75.0% el cual corresponde a la técnica de la observación. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 23.1% lo que corresponde a la técnica de la evaluación,

mientras que Albido (2019) tiene el 25.0% lo cual corresponde a la técnica de la evaluación.

Saber si la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa: el mayor porcentaje que se obtuvo fue del 76.9% lo cual corresponde a que si mejora el rendimiento, mientras que Albido (2019) tiene el 58.33% lo que corresponde a que no mejora el rendimiento. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 7.7% que corresponde a que no mejora el rendimiento, mientras que Albido (2019) tiene el 41.67% lo cual corresponde a que si mejora el rendimiento.

Término de atención al cliente: el mayor porcentaje que se obtuvo fue del 88.5% lo que corresponde a que si conocen el termino de atención al cliente, mientras que Albido (2019) tiene el 75.0% que corresponde a que si conocen. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 11.5% lo que corresponde a que tienen cierto conocimiento del termino de atención al cliente, mientras que Albido (2019) tiene el 8.33% que corresponde a que tienen cierto conocimiento de acuerdo al término.

Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes: en esta pregunta el porcentaje salió que el 50.0% siempre aplican la gestión de calidad en el servicio cuando brinda a sus clientes, y el 50.0% que también corresponde que a veces aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes. Mientras que Albido (2019) tiene como mayor porcentaje que el 75.0% lo cual corresponde a que si aplican la gestión de calidad en el servicio brindado, y su menor porcentaje es del

8.33% que corresponde que a veces aplican la gestión de calidad en el servicio brindado.

Atención al cliente es fundamental para que este regrese: el mayor porcentaje que se obtuvo fue del 84.6% lo cual corresponde a que si es fundamental la atención al cliente, mientras que Albido (2019) tiene el 91.67% lo que corresponde a que la atención al cliente si es fundamental. El menor porcentaje es del 15.4% lo cual corresponde a que a veces es fundamental, mientras que Albido (2019) tiene el 8.33% que no es fundamental para que estos regresen.

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad: el mayor porcentaje que se obtuvo fue del 57.7% que corresponde a la herramienta de la comunicación, mientras que Albido (2019) tiene que el 66.67% el cual corresponde a la herramienta de la comunicación. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 42.3% que corresponde a la herramienta de la comunicación, mientras que Albido (2019) tiene que el 16.67% que corresponde a las herramientas de la confianza y de la retroalimentación.

Factores de calidad al servicio: el mayor porcentaje que se obtuvo fue del 50.0% el cual corresponde al factor de la rapidez en el servicio, mientras que Albido (2019) tiene el 75.0% que corresponde al factor de la atención personalizada. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 7.7% que corresponde a la atención personalizada, mientras que Albido (2019) tiene el 25.0% el cual corresponde al factor de la rapidez en la entrega de los productos.

Atención que brinda al cliente: el mayor porcentaje es del 88.5% el cual corresponde a que es buena la atención, esto coincide parcialmente con Albido (2019) tiene el 75.0% lo cual corresponde a que la atención es buena. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 11.5% lo cual corresponde a que la atención es regular, Albido (2019) tiene el 25.0% el cual corresponde a que la atención es regular.

Consideración porque se da una mala atención: el mayor porcentaje que se obtuvo fue del 46.1% lo que corresponde a por una mala organización de los trabajadores, mientras que Albido (2019) tiene el 75.0% lo cual corresponde a que si brindan una buena atención al cliente. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 23.1% que corresponde a que no tienen suficiente personal, mientras que Albido (2019) tiene el 8.33% corresponde a que es por una mala organización de los trabajadores.

Resultados de una buena atención: el mayor porcentaje que se obtuvo fue del 30.8% el cual corresponde a que el incremento de las ventas, mientras que Albido (2019) tiene el 41.67% que corresponde a la fidelización de los clientes. El menor porcentaje que se obtuvo fue del 19.2% que corresponde a el posicionamiento de la empresa, mientras que Albido (2019) que tiene el 25.0% que corresponde al incremento de ventas.

VI. CONCLUSIONES

Luego de elaborar las tablas, tabular e interpretar los análisis de resultados, se da los siguientes resultados:

El mayor número de los representantes son las personas adultas que están en la edad de 51 años a más, del modo que son de género masculino, y cuentan con los estudios de superior no universitaria, además son solo los administradores contando con 7 años a más en el tiempo de cargo.

La mayoría de las empresas están de 4 a 6 años en el rubro, en el cual cuentan con 1 a 5 trabajadores, y tienen trabajando a personas que no son familiares, lo cual el objetivo de la empresa es generar ganancias.

La mayoría de los representantes tienen cierto conocimiento del término gestión de calidad, la cual la técnica de gestión que aplican es la de atención al cliente, la dificultad que tienen los trabajadores es la poca iniciativa, la técnica que usan para medir el rendimiento del trabajador es la de observación, las empresas si consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa. Por otro lado se dice que si tienen conocimiento sobre el termino de atención al cliente, con respecto a que si aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a su clientes la respuesta es compartida a que siempre y a veces, si consideran que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese, la herramienta que utilizan para un servicio de calidad es la de comunicación, consideran que el factor más importante es la de rapidez en el servicio, la atención que se le brinda al cliente es buena, en algunas

ocasiones que se da una mala atención es por una mala organización de los trabajadores y se puede finalizar con que los resultados de una buena atención es tener la fidelización de los clientes.

Toda la investigación concluye en que estos resultados que se obtuvieron mediante los ítems propuestos para los representantes fueron de gran ayuda ya que se dio a conocer muchos puntos importantes que necesitan estos para que puedan mejorar su empresa, ambiente laboral, y como tratar de que el cliente prefiera a su restaurante.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se proponen para el trabajo de investigación son las siguientes:

Algunas empresas deben tener orientaciones sobre la gestión de calidad ya que eso es lo que más hace falta, pero otro punto sería sobre la atención al cliente ya que esto les permitirá mediante información que se les brinda poder mejorar en el servicio. Pero los empleados también deben aceptar que en algunas ocasiones bueno el cambio ya que traerá mejoras a la microempresa.

También las microempresas deben considerar en contratar al personal que sean eficientes para el buen servicio hacia la clientela, ya que así también se podría ahorrar a la hora de hacer las capacitaciones hacia ellos, porque ya tendrán conocimiento de este ámbito. Pero eso no quiere decir que van a dejar de hacer constantes reuniones ya que esto también sirve de alguna manera como motivación para los empleados, ya que en algunas de estas reconocen al mejor trabajador, pero lo más importante de las reuniones es que todos los colaboradores brindaran nuevas ideas ante algún problema que pueda tener la microempresa.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anónimo. (S.F.). El 83% realiza todos los roles en el negocio y por primera vez sobresale la perseverancia de las mujeres para consolidar la empresa. Recuperado de: <https://ce.entel.cl/articulos/realidad-microemprendedores-en-chile/>

Anónimo. (2016). Papel de ma micro y pequeña empresa a nivel mundial. Recuperado de: <https://prezi.com/5wcqx4hrabaf/papel-de-ma-micro-y-pequena-empresa-a-nivel-mundial/>

Anónimo. (S.F.). Proyecto de apoyo al desarrollo de la microempresa rural- PADEMÉR. Recuperado de: <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/pademér/>

Antúnez, L. (2017). Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Recuperado de: [file:///C:/Users/Chimbote/Downloads/Uldech_Biblioteca_virtual%20\(10\).pdf](file:///C:/Users/Chimbote/Downloads/Uldech_Biblioteca_virtual%20(10).pdf)

Albido. (2019). 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. Recuperado de: <http://repositorio.uldech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10>

453/ATENCION_CLIENTE_ALBILDO_DOMINGUEZ_CRIS
THIAN_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Aspilcueta, R. (S.F.). MYPEs en el Perú. Recuperado de:
<https://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>

Castro, S. (2018). Supervivencia de las MiPyme: un problema por resolver. Recuperado de: <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/1145.pdf>

Centurión, R. (2015). Gestión de calidad, formalización, competitividad, financiamiento, capacitación y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa (2013). Recuperado de:
<file:///C:/Users/VST/Downloads/Dialnet-GestionDeCalidadFormalizacionCompetitividadFinanci-5127577.pdf>

Escuela Europea de excelencia. (2015). ISO 9001 y los objetivos de gestión de calidad. Recuperado de: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2015/05/iso-9001-objetivos-gestion-calidad/>

Gaviria, A. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5417/GESTION_ATENCION_GAVIRIA_JUSTO_ANA_VICTORIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Guzmán, P. (2016). Las Micro y pequeñas empresas en México.
Recuperado de: <https://www.clubensayos.com/Negocios/Las-Micro-y-pequeñas-empresas-en-México/3600640.html>
- Huerta, I. (2017). Beneficios de una buena atención al cliente.
Recuperado de:
<http://www.nube.villanett.com/2017/09/26/beneficios-una-buena-atencion-al-cliente/>
- Ley N° 30056. (2013). Ley que modifica leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.
Recuperado de:
http://www.sice.oas.org/SME_CH/PER/Ley_30056_s.pdf
- López, D. (2018). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Recuperado de:
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Marcelo F. y Vila V. (2016). ¿Qué tan importantes son las MYPES para economía del país? Recuperado de:
<https://altavoz.pe/2016/01/11/13329/que-tan-importantes-son-las-mypes-para-la-economia-del-pais-francisco-marcelo/>
- Martinez, M.L. (2019). La importancia de las PYMES en España.
Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-espana>
- Organización Internacional del Trabajo. (2019). Micro y pequeñas empresas bolivianas son más productivas gracias a metodología

- de “Mejora Continua” de OIT. Recuperado de:
[https://www.ilo.org/lima/sala-de-prensa/WCMS_718407/lang--
es/index.htm](https://www.ilo.org/lima/sala-de-prensa/WCMS_718407/lang-es/index.htm)
- Porporatto, M. (2015). ATENCIÓN AL CLIENTE. Recuperado de:
<https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>
- Raffino, E. (2019). Concepto de GESTIÓN DE CALIDAD. Recuperado de: <https://concepto.de/gestion-de-calidad/>
- Rios, M. (2015). Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco, año 2014. Recuperado de:
[file:///C:/Users/Chimbote/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(8\).pdf](file:///C:/Users/Chimbote/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(8).pdf)
- Sercortec. (S.F.). La situación de la micro y pequeña empresa en Chile. Recuperado de: http://www.mipymes.cl/2014/sercotec_chile-presento-la-situacion-de-la-micro-y-pequena-empresa-en-chile/
- Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral. (2017). Régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa. Recuperado de: <http://ucsp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf>
- Stumpo, G. y Dini, M. (2018). MYPYMES en América Latina. Recuperado de:
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf

Vásquez, R. (2018). Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro Pollería, Chimbote, 2016. Recuperado de: [file:///C:/Users/Chimbote/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(9\).pdf](file:///C:/Users/Chimbote/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(9).pdf)

Zambrano, J. (2018). Análisis de priorización de requerimientos en un servicio de atención a clientes. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/169980/Analisis-de-priorizacion-de-requerimientos-en-un-servicio-de-atencion-a-clientes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	AÑO 2018				AÑO 2019								AÑO 2021			
		SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I			
		MES				MES				MES				MES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el jurado			X													
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				X												
5	Mejora del marco teórico																
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 final										X						
12	Redacción del informa final											X					
13	Aprobación del informe final por el jurado de investigación												X				
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación													X			
15	Redacción del artículo científico														X		

ANEXO 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (ESTUDIANTE)			
CATEGORÍA	BASE	% O NÚMERO	TOTAL (S/.)
Suministros			
• Impresiones	15.00	1	15.00
• Fotocopias	7.00	1	7.00
• Anillado	8.00	1	8.00
• Papel bond A-4	9.50	1	9.50
• Lapiceros	3.00	2	6.00
Servicios			
• Uso de turnitin	50.00	1	50.00
Sub total	92.50		95.50
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	3.00	3	9.00
Sub total	3.00		9.00
TOTAL DE PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE	95.50		104.50
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (UNIVERSIDAD)			
CATEGORÍA			
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 (Modulo de investigación del ERP University-MOIC)	40.00	4	160.00

<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de artículo en repositorio institucional 	50.00	1	50.00
Sub total	115.00		400.00
Recurso humano			
<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría personalizada (5 horas por semana) 	63.00	4	252.00
Sub total	63.00		252.00
TOTAL PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE	178.00		652.00
TOTAL (S/.)	273.50		756.50

ANEXO 3: Instrumento de recolección de datos



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 atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018. Para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

1. Edad

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

2. Género

a) Masculino

b) Femenino

3. Grado de instrucción

a) Sin instrucción

b) Educación básica

c) Superior no universitario

d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

a) Dueño

b) Administrador

5. Tiempo que desempeña 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

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. Gestión de calidad

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

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

11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) Las 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. ¿Qué 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 calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa?

- a) Sí
- b) A veces
- c) No

2.2. Referentes a las técnicas administrativas: Atención al cliente

15. ¿Conoce el término atención al cliente?

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

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

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

17. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento?

- a) Sí
- b) No

18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

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

19. Principales factores para la calidad de servicio que se brinda

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

20. La atención que brinda a los clientes es:

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

21. ¿Por qué 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) Sí brindan una buena atención al cliente

22. ¿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 4: Gráficos

Tabla 01: referente a los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018

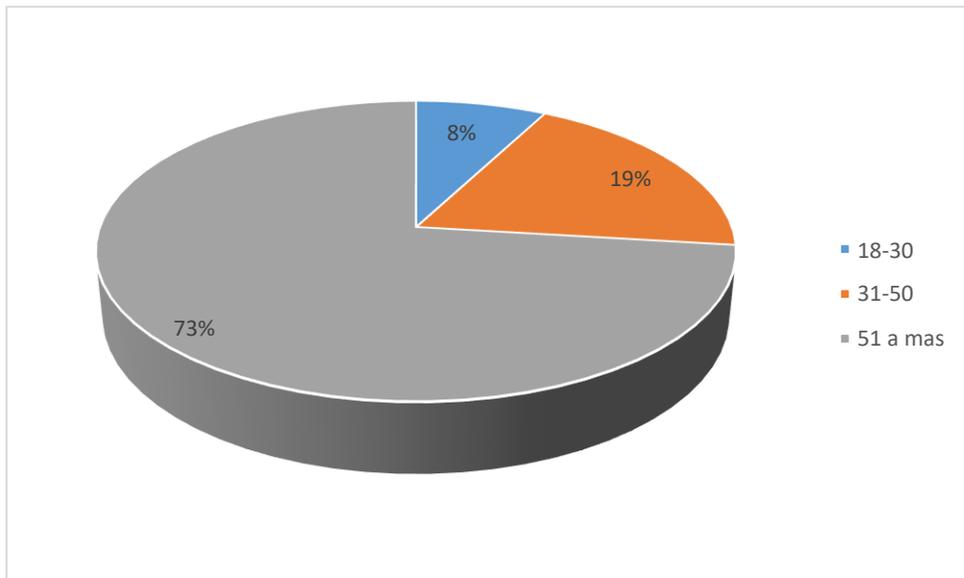


Figura 1: edad del representante

Fuente: tabla 01

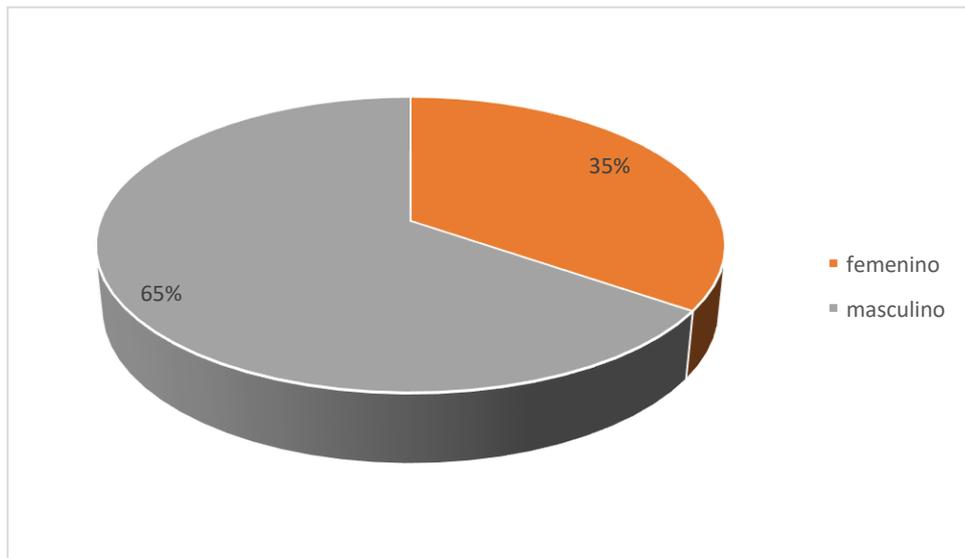


Figura 2: género del representante

Fuente: tabla 01

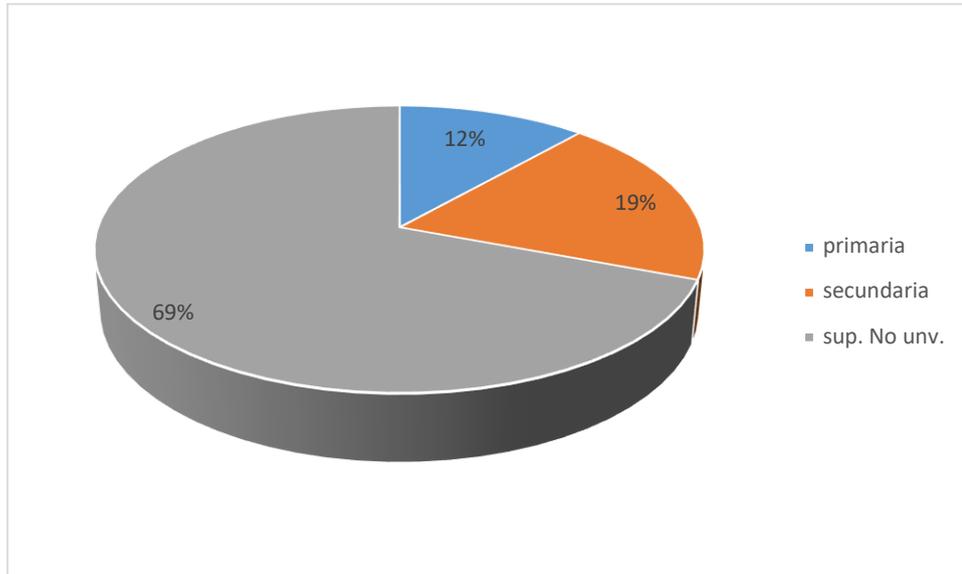


Figura 3: grado de instrucción

Fuente: tabla 01

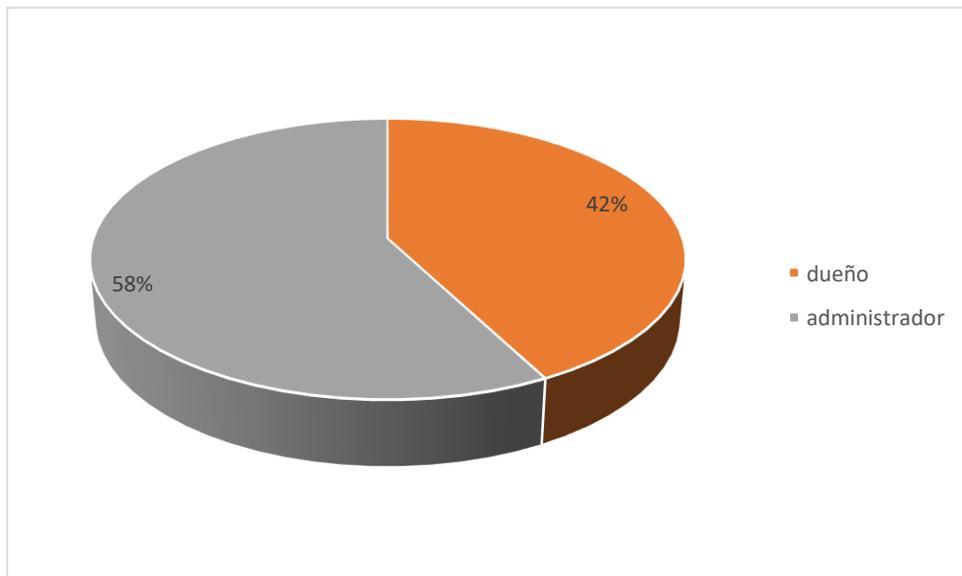


Figura 4: cargo que desempeña en la empresa

Fuente: tabla 01

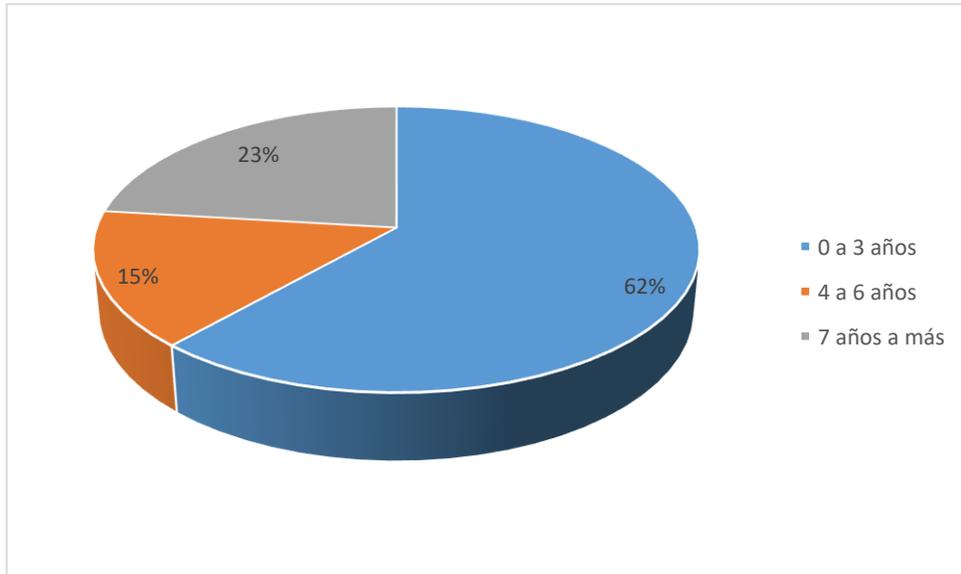


Figura 5: tiempo que desempeña en el cargo

Fuente: tabla 01

Tabla 02: referente a las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018

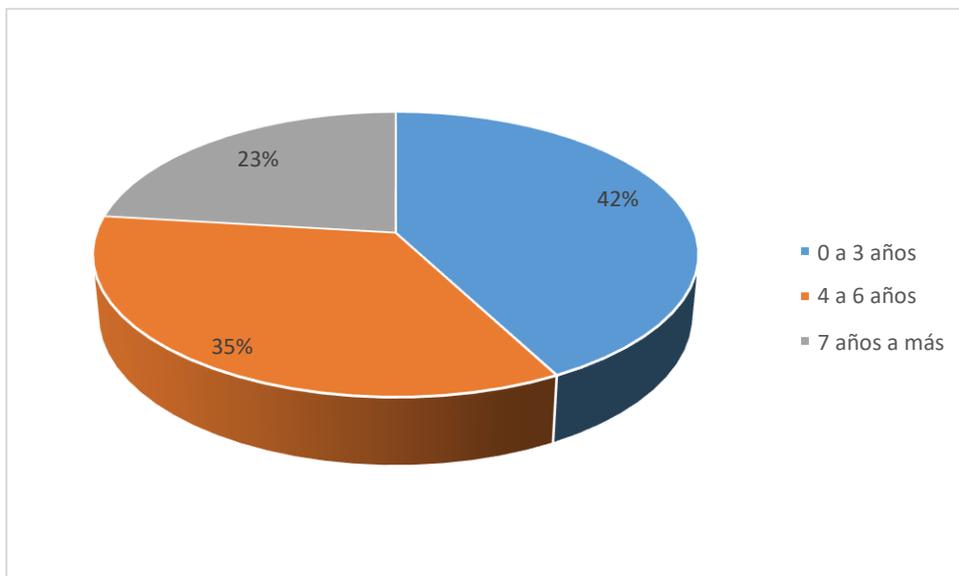


Figura 6: tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente: tabla 02

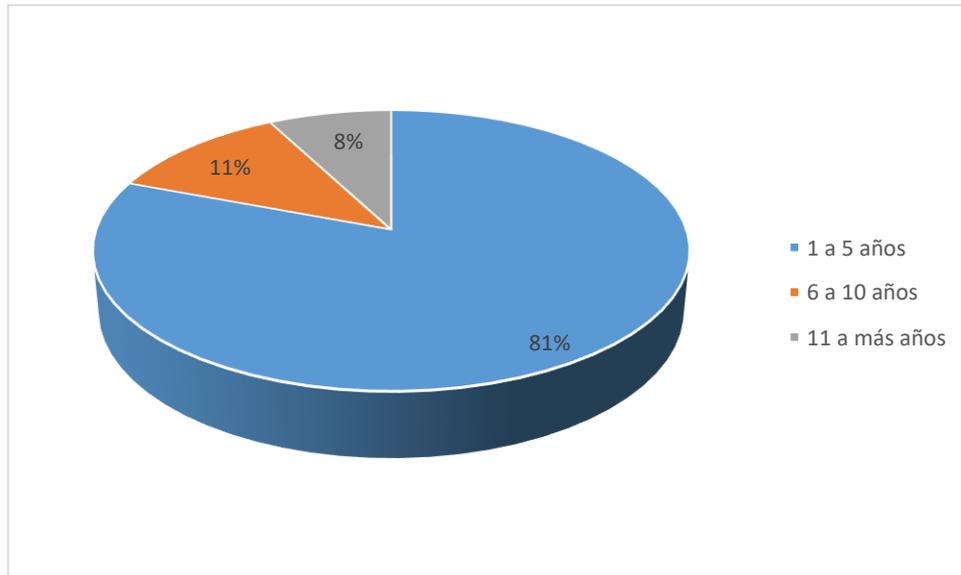


Figura 7: número de trabajadores

Fuente: tabla 02

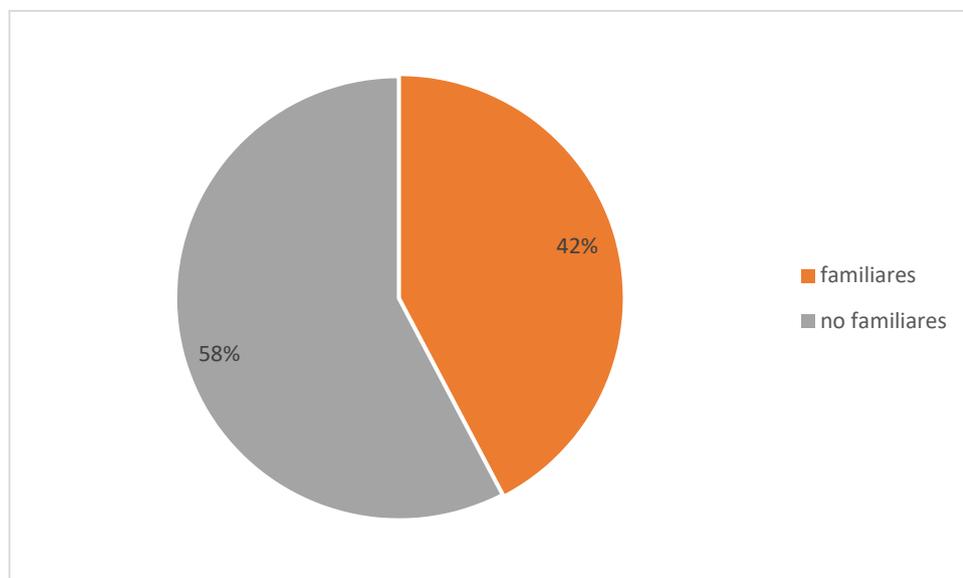


Figura 8: personas que trabajan en la empresa

Fuente: tabla 02

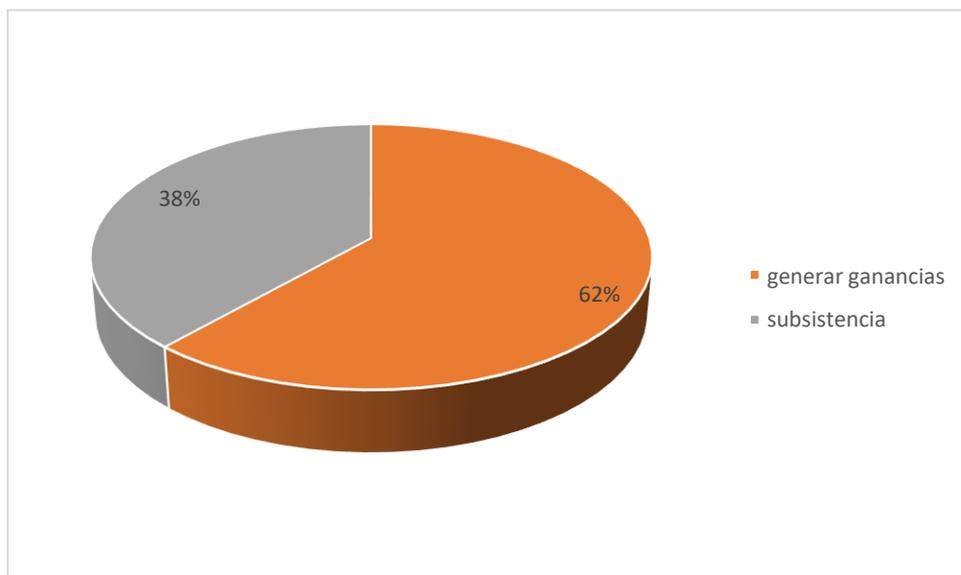


Figura 9: objetivo de la creación

Fuente: tabla 02

Tabla 03: referente a las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de la zona céntrica de Chimbote, 2018

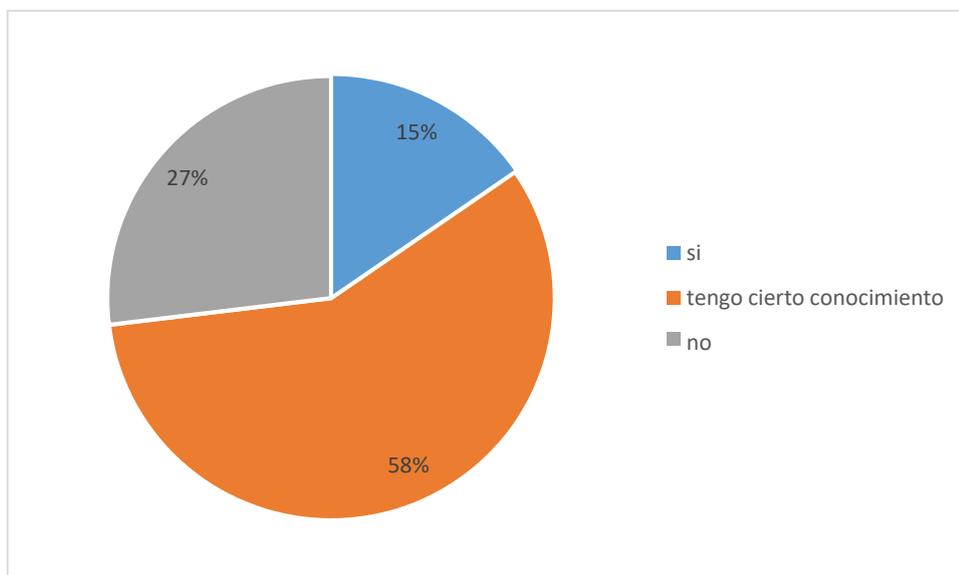


Figura 10: conoce del termino de gestión de calidad

Fuente: tabla 03

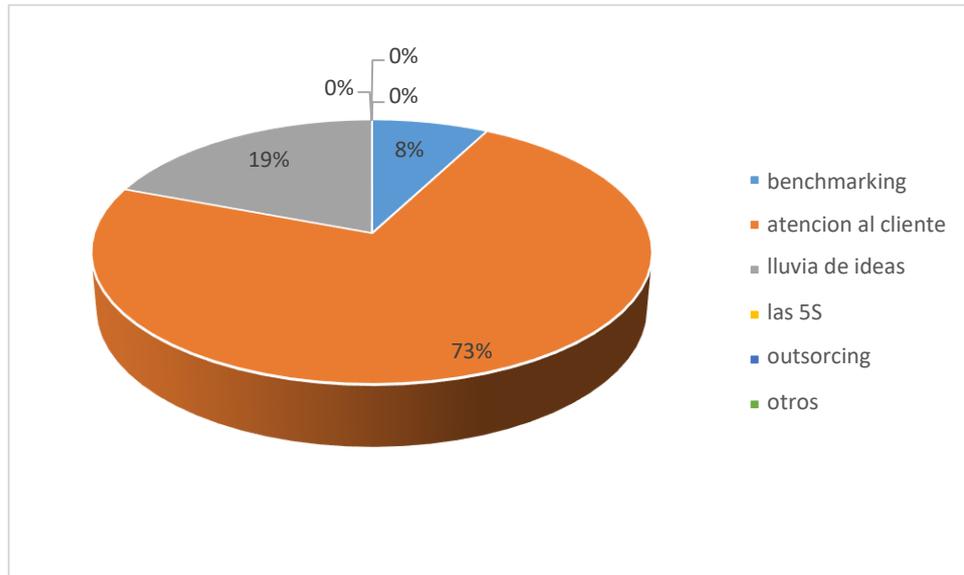


Figura 11: técnicas de gestión de calidad que aplica

Fuente: tabla 03

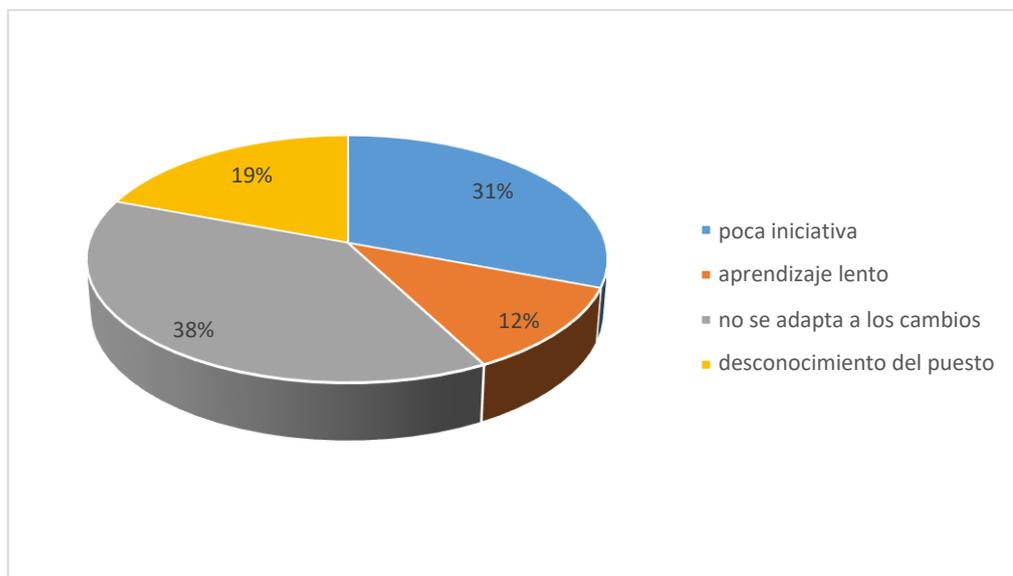


Figura 12: dificultades de los trabajadores en la gestión

Fuente: tabla 03

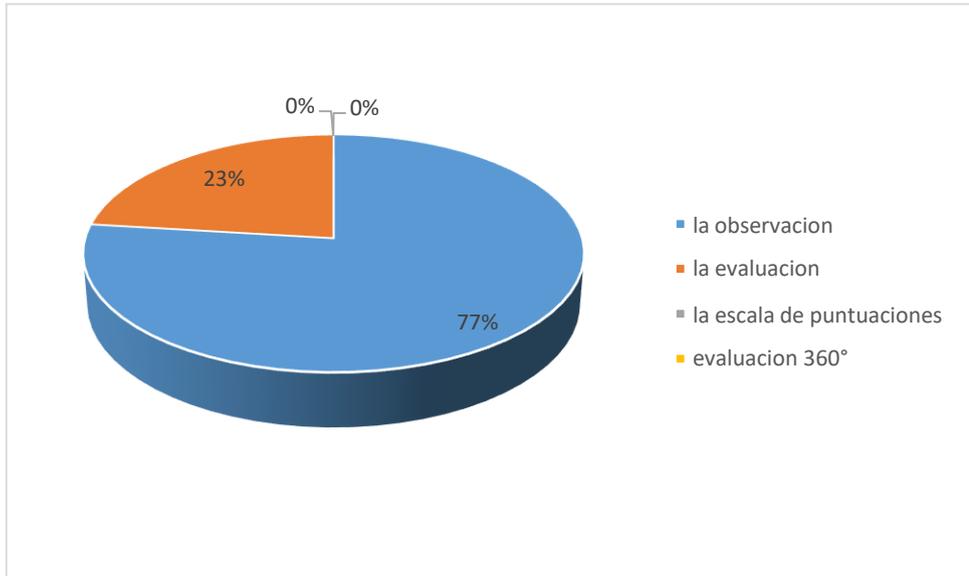


Figura 13: técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente: tabla 03

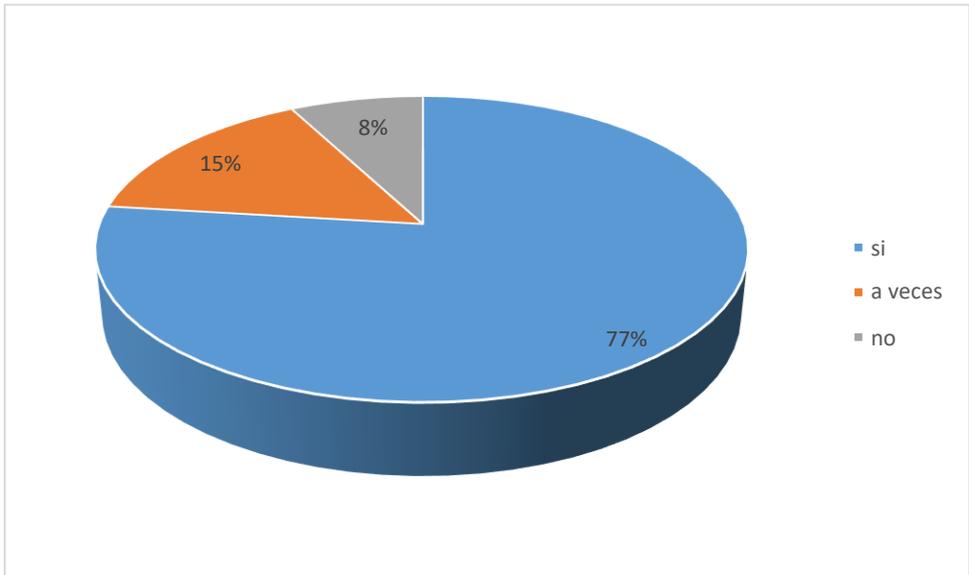


Figura 14: la gestión de calidad mejorar el rendimiento de la empresa

Fuente: tabla 03

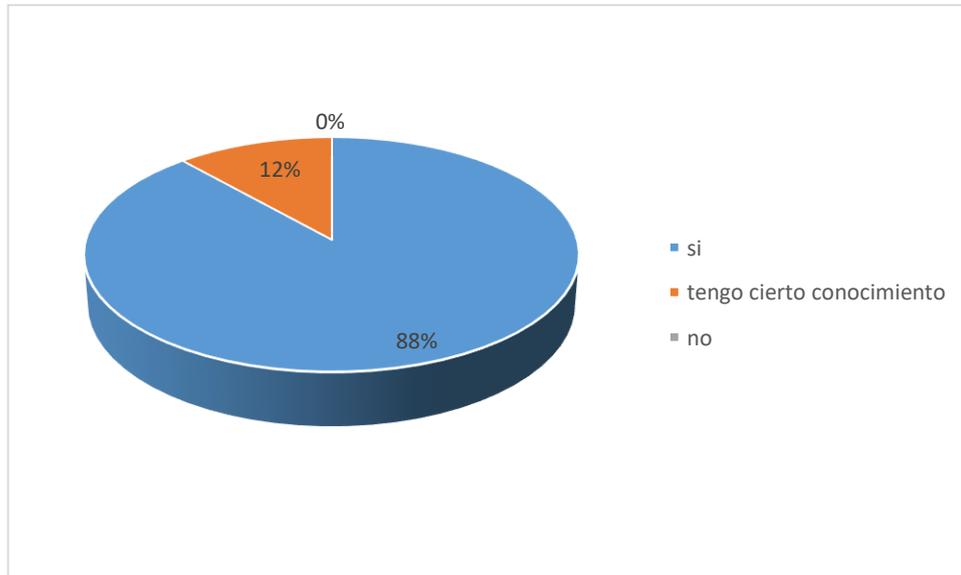


Figura 15: conocimiento del termino atención al cliente

Fuente: tabla 03

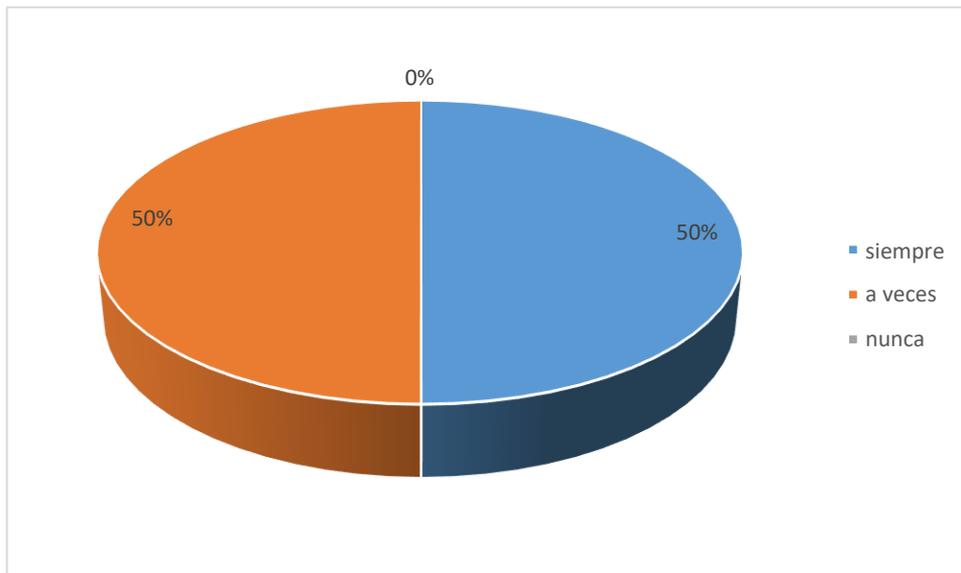


Figura 16: aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda sus clientes

Fuente: tabla 03

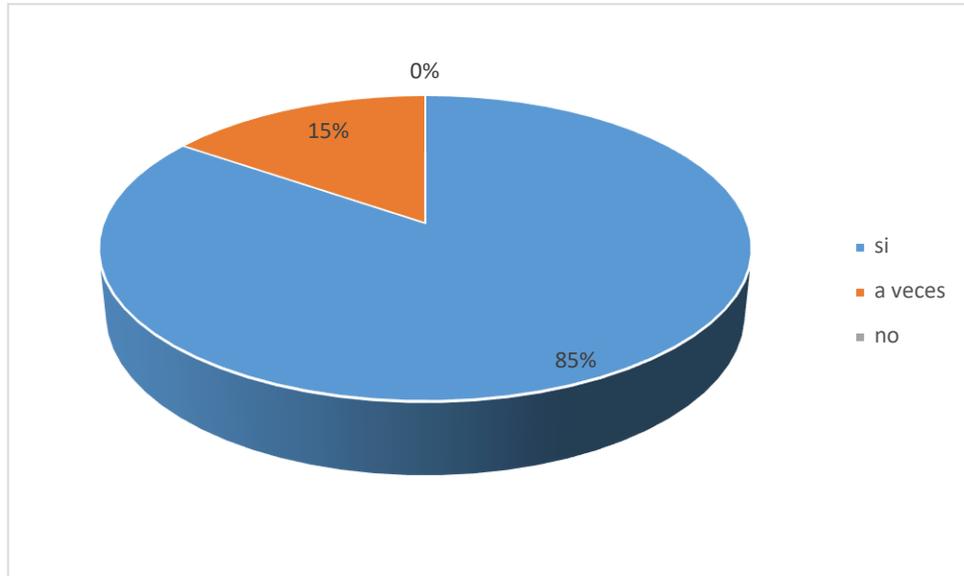


Figura 17: atención al cliente es fundamental para este regrese

Fuente: tabla 03

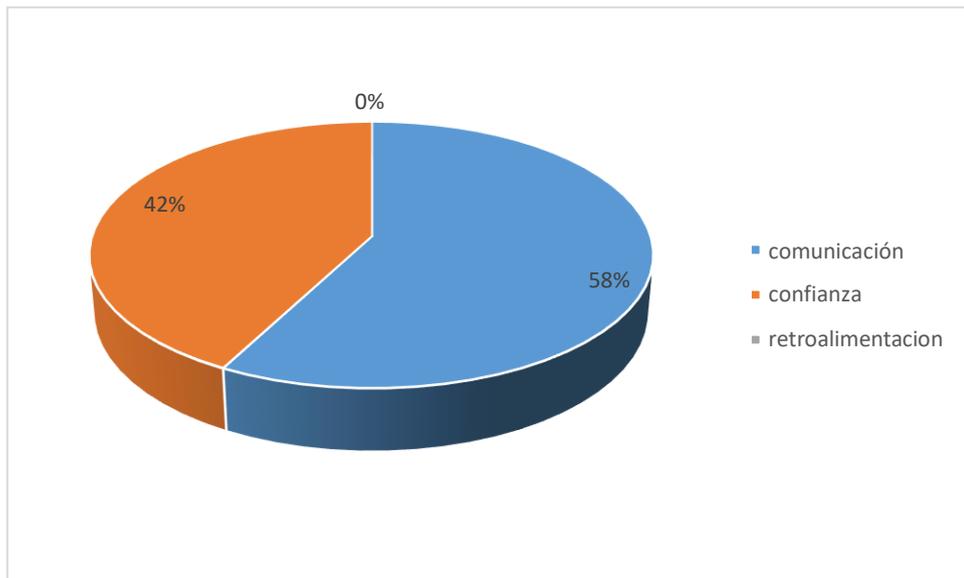


Figura 18: herramientas que utiliza para un servicio de calidad

Fuente: tabla 03

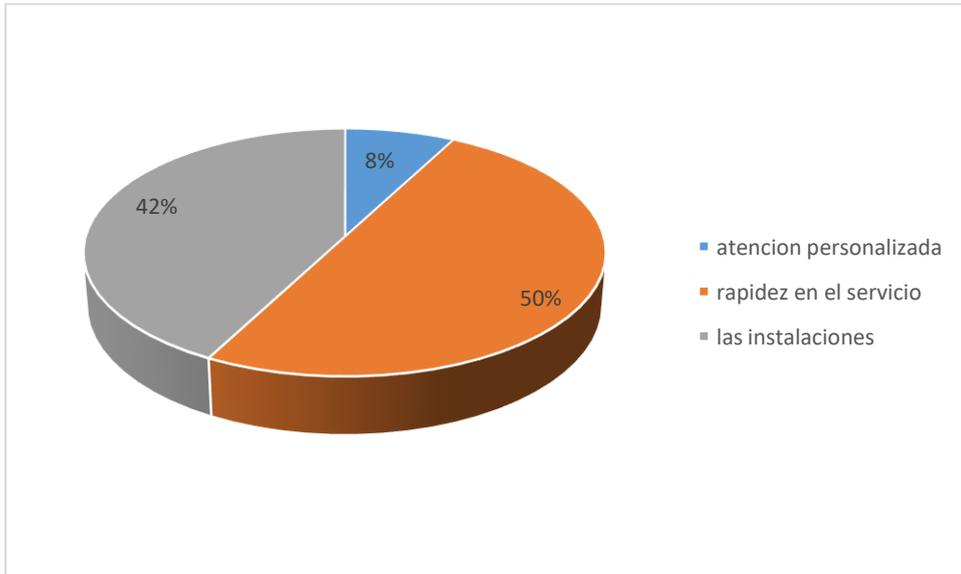


Figura 19: principales factores para la calidad de servicio

Fuente: tabla 03

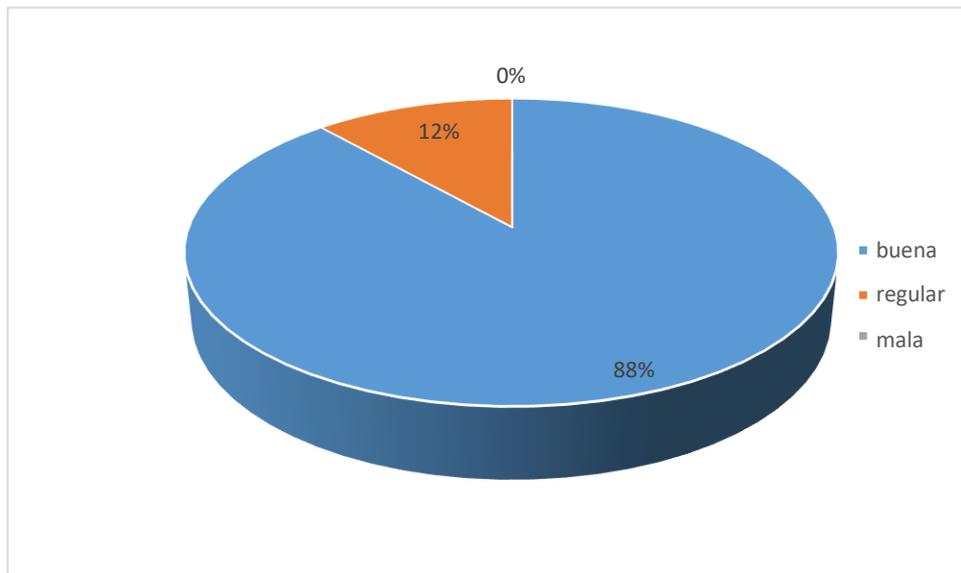


Figura 20: la atención que brinda al cliente es

Fuente: tabla 03

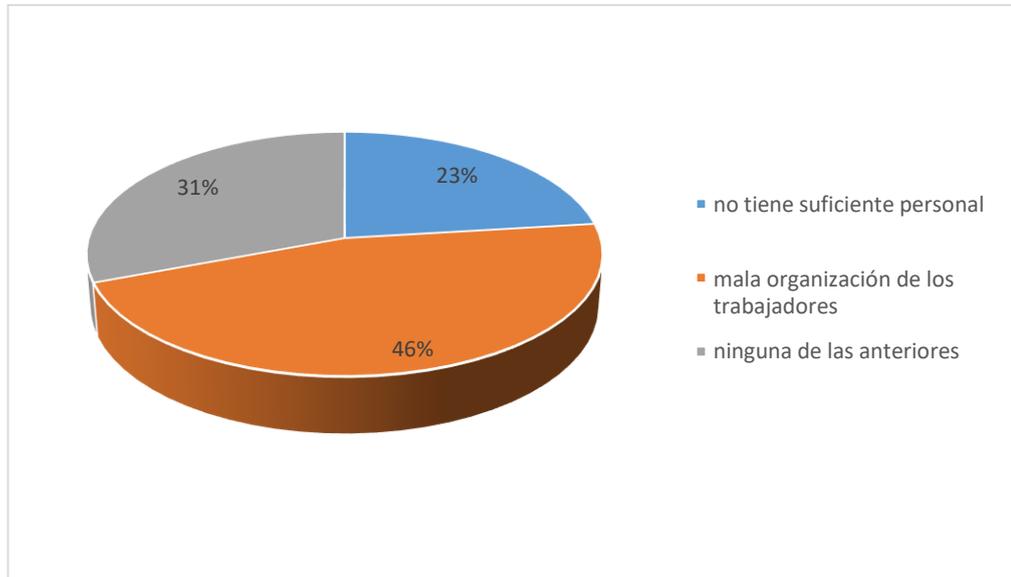


Figura 21: Por qué considera que se está dando una mala atención al cliente

Fuente: tabla 03

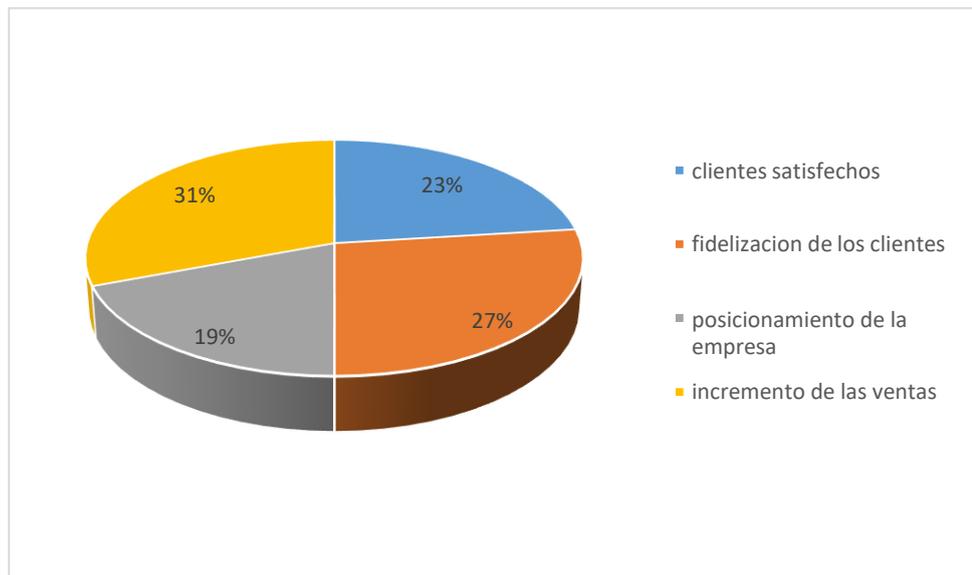


Figura 22: que resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente

Fuente: tabla 03

ANEXO 5: Población de investigación

00319-09	10/11/2009	CHAVEZ BACA OSCAR OSWALDO	RESTAURANT CEVICHERIA "YAHVEH YIREH"	JR. FRANCISCO BOLOGNESI N° 789 CASCO URBANO	91	43.87
00355-10	05/20/2010	ACUÑA LUCAR SILVIA REBECA	RESTAURANT CEVICHERIA "EL LANGOSTINO"	JR. MANUEL RUIZ N° 147 CASCO URBANO	91	86.77
00389-10	08/06/2010	RUGEL SALIRROSAS CARLOS ANDERSON	ANTICUCHERIA - CEVICHERIA "EL BAMBOLEO"	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N° 287 CASCO URBANO	91	12.00
00479-10	12/07/2010	CABRERA MORENO SEGUNDO ANDRES	CEVICHERIA EL PEZ DE ORO	JR. ELIAS AGUIRRE N° 160 CASCO URBANO	203	201.65
00550-10	08/20/2010	CORDOVA OJEDA NIXSON PERCY	RESTAURANT CEVICHERIA "PURO SABOR"	JR. LEONCIO PRADO N° 593 2DO PISO CASCO URBANO	203	100.00
00831-10	12/22/2010	CHAVEZ SUXE ENRIQUE	RESTAURANT - CEVICHERIA	JR. ELIAS AGUIRRE N° 270 CASCO URBANO	91	32.74
00400-2011	02/06/2011	TAPIA AGIPE DANIEL MANUEL	"RESTAURANT CEVICHERIA SAZON Y LIMON"	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N° 576 CASCO URBANO	203	95.55
00761-2011	10/10/2011	COMERCIALIZADORA KING EIRL	CEVICHERIA RESTAURANT KING	JR. ENRIQUE PALACIOS N° 257 CASCO URBANO	203	143.38
00948-2011	07/12/2011	MIÑANO LOPEZ HERNAN DANIEL	RESTAURANT CEVICHERIA "JOHANA"	JR. LADISLAO ESPINAR N° 660 INTERIOR 2 CASCO URBANO	203	67.43
00043-2012	01/16/2012	LAY AZAÑA JUAN	RESTAURANT CEVICHERIA RINCONSITO DEL BUEN SABOR	PROLG. LEONCIO PRADO N° 996 CENTRO CIVICO COMERCIAL	203	100.65
00303-2012	03/19/2012	ALCANTARA SOLSOL DE TORRES ROXANA FIORELA	RESTAURANT - CEVICHERIA "LAS TORRES GEMELAS"	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N° 562 CASCO URBANO	203	122.12
00651-2012	06/21/2012	APONTE GIL ROSA ISABEL	RESTAURANT CEVICHERIA SAZON Y SABOR DON PEDRITO	JR. LEONCIO PRADO N° 273 CASCO URBANO	203	153.56
00839-2012	08/16/2012	M & M CHIMBOTE EIRL	RESTAURANT CEVICHERIA "CIELO AZUL M & M CHIMBOTE EIRL	JR. ENRIQUE PALACIOS N° 526 CASCO URBANO	203	182.00
01012-2012	09/26/2012	PUCUTAY OSORIO CYNTHIA PAMELA	RESTAURANT CEVICHERIA LA LANCHITA	JR. ESPINAR N° 410 CASCO URBANO	203	134.1

00406-2013	10/05/2013	ECHEVERRIA VELARDE LIDIA SELMIRA	RESTAURANT CEVICHERIA D ' RISCO	JR. VILLAVICENCIO N°544 - CASCO URBANO	203	35.40
0506-2014	06/08/2014	ROMERO MUJICA WILSON RAUL	RESTAURANT CEVICHERIA GUSTON	AV. FRANCISCO BOLOGNESI N° 656 CASCO URBANO	213.2	57.44
0806-2014	11/19/2014	INVERSIONES JUANITA LOYOLA SAC	RESTAURANT CEVICHERIA VERDADERO VERIDICO	JR. LEONCIO PRADO N°925 - MZ.D - LT.4 - CENTRO CIVICO COMERCIAL	48	597.65
0813-2014	11/24/2014	PUCUTAY BERMUDEZ MARCO ANTONIO	RESTAURANT - CEVICHERIA "LA LANCHITA"	JR. LADISLAO ESPINAR N°410 - CASCO URBANO	213.2	134.10
0912-2014	12/30/2014	P Y G ENTERPRISE SAC	CEVICHERIA EL PGSAPO	JR. LADISLAO ESPINAR N°343 - CASCO URBANO	213.2	37.47
0237-2015	04/17/2015	INVERSIONES Y NEGOCIACIONES CALA S.A.C.	RESTAURANT CEVICHERIA DMAR	JR. CARLOS DE LOS HEROS N° 123 CASCO URBANO	213.2	84.80
0070-2016	03/02/2016	VARGAS CARDENAS DE VILLALVA, SANTOS FELICITA	RESTAURANT - CEVICHERIA "GONZALITO"	JR. LADISLAO ESPINAR N° 641 1ER Y 2DO PISO CASCO URBANO	213.2	217.00
0089-2016	02/16/2016	RISCO BOCANEGRA, EDGARD PAUL	CEVICHERIA D'RISCO II	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N° 540 CASCO URBANO	213.2	46.45
0432-2016	02/08/2016	FERNANDEZ RIVERA, SARITA	RESTAURANT CEVICHERIA "EL PEZ DE ORO"	JR. ELIAS AGUIRRE N° 164 CASCO URBANO	225.94	210
0722-2016	04/11/2016	PUCUTAY OSORIO CYNTHIA PAMELA	RESTAURANT CEVICHERIA "LA LANCHITA"	JR. LADISLAO ESPINAR N° 410 CASCO URBANO	225.94	125.68
0199-2018	03/28/2018	BALTAZAR SALVATIERRA SHIRLEY FLOR	RESTAURANT - CEVICHERIA "DELICIAS"	JR. ELIAS AGUIRRE N° 469 CASCO URBANO	119.94	80
0385-2018	06/26/2018	ROJAS SALAZAR VANESSA EVELYN	RESTAURANT CEVICHERIA " LOS REYES DEL CEVICHE"	JR. MANUEL VILLAVICENCIO N° 239 - CASCO URBANO	119.94	81.50
0452-2018	07/26/2018	GAMBOA CERVANTES MARIANELLA ANA	RESTAURANTE Y CEVICHERIA EL PEZ GORDO	JR. LADISLAO ESPINAR N° 399 - CASCO URBANO	119.94	20.00
0107-2019	02/22/2019	CEVICHERIA EL HUEQUITO E.I.R.L.	CEVICHERIA EL HUEQUITO E.I.R.L	JR. L. ESPINAR N° 548 - CASCO URBANO	119.94	9.20

TORRES_LOPEZ_DANIELA_SAHORY-bach.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo