



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES, NUEVO
CHIMBOTE, 2016.

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

AUTORA:

Br. Díaz Sandoval, Karin Teodolinda

ORCID: 0000-0002-6730-2842

ASESOR:

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6699-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Br.Díaz Sandoval, Karin Teodolinda

ORCID: 0000-0002-6730-2842

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6699-5928

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0003-8970-5629

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel, Limo Vásquez

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien es y será la fuente de mi fortaleza en este largo camino que he recorrido, por bendecir mi hogar y mi familia y darme todo lo que tengo ahora.

A mi madre, por darme su apoyo incondicional en este proceso de elaborar mi tesis.

A mi asesor, Dr. Reinerio Centurión Medina por enseñarme con mucha paciencia, dedicación y esmero sus valiosos conocimientos, los cuales me están permitiendo elaborar mi Informe de Tesis.

DEDICATORIA

A mi madre, por su amor y apoyo incondicional, por el ejemplo de perseverancia y constancia que la caracterizan, el cual me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante.

A mi hija, Daiana Aparicio Díaz a quien es la inspiración para realizar todo lo que me propongo.

A mi asesor Dr. Reinerio Centurión Medina, que me instruye en la elaboración de mi Informe de Tesis.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación 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 servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016. Fue de diseño no experimental – transversal porque se estudió tal y cual se presenta dentro de las micro y pequeñas empresas y en un determinado espacio de tiempo. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario conformado por 19 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 70.00% afirman que los micro empresarios son de género masculino y administran su propio negocio, el 60.00% tienen entre 31 y 50 años. El 60.00% cuentan con 1 a 5 trabajadores y su objetivo de la creación de la empresa fue para subsistir. El 40.00% afirmaron estar en el mercado operando entre 0 a 3 años. El 100% afirman que utilizan la observación para medir el rendimiento del personal. El 80.00% afirman que la atención que brinda a sus clientes es buena. El 70.00% conocen el término Gestión de Calidad, lo cual, ha contribuido a mejorar el rendimiento de las MYPE. El 60.00% afirman no conocer técnicas modernas de gestión de calidad. El 40.00% afirman que no se adaptan a los cambios. Conclusión: la mayoría si aplican gestión de calidad en atención al cliente debido a que consideran que la atención que brindan es buena.

Palabras clave: atención, calidad, empresas, gestión, representantes

ABSTRACT

The main objective of this research work was to determine the main characteristics of Quality Management in customer service of micro and small companies in the services sector, New Chimbote restaurants, 2016. It was non-experimental design - transversal because it was studied Such and which is presented within the micro and small companies and in a certain period of time. For the collection of information, a sample population of 10 micro and small companies was used to which a questionnaire consisting of 19 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 70.00% affirm that micro entrepreneurs are of male gender and manage their own business, 60.00% are between 31 and 50 years old. 60.00% have 1 to 5 workers and their goal of creating the company was to survive. 40% said they were in the market operating between 0 and 3 years. 100% say they use observation to measure staff performance. 80.00% say that the attention they provide to their customers is good. 70.00% know the term Quality Management, which has contributed to improving the performance of the MYPE. 60.00% say they do not know modern quality management techniques. 40% say they do not adapt to the changes. Conclusion: most do apply quality management in customer service because they consider that the care they provide is good.

Keywords: attention, quality, companies, management, representatives

CONTENIDO

| | |
|--|------|
| 1. TÍTULO DE LA TESIS | i |
| 2. EQUIPO DE TRABAJO | ii |
| 3. JURADO EVALUADOR | iii |
| 4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA..... | iv |
| 5. RESUMEN Y ABSTRACT | vi |
| 6. CONTENIDO | viii |
| 7. ÍNDICE DE TABLAS | ix |
| 8. ÍNDICE DE FIGURAS..... | x |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. REVISIÓN LITERARIA | 5 |
| III. HIPÓTESIS | 37 |
| IV. METODOLOGÍA | 38 |
| 4.1 Diseño de la investigación..... | 38 |
| 4.2 Población y muestra..... | 38 |
| 4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores | 39 |
| 4.4 Técnicas e instrumentos..... | 42 |
| 4.5 Plan de análisis | 42 |
| 4.6 Matriz de consistencia | 43 |
| 4.7 Principios éticos..... | 45 |
| V RESULTADOS | 46 |
| 5.1 Resultados..... | 46 |
| 5.2 Análisis de resultados | 50 |
| VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 57 |
| REFERENCIAS | 59 |
| ANEXOS..... | 67 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | Pág. |
|---|------|
| Tabla 1. Características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016..... | 46 |
| Tabla 2. Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016 | 47 |
| Tabla 3. Características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016..... | 48 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Edad | 78 |
| Figura 2. Genero..... | 78 |
| Figura 3. Grado de instrucción | 79 |
| Figura 4. Cargo..... | 79 |
| Figura 5. Tiempo en el Cargo | 80 |
| Figura 6. Años en el rubro | 80 |
| Figura 7. N° de trabajadores en la empresa | 81 |
| Figura 8. Objetivo de la empresa..... | 81 |
| Figura 9. Conoce el término gestión de calidad..... | 82 |
| Figura 10. Técnicas de gestión que aplica | 82 |
| Figura 11. Dificultades en la gestión de calidad | 83 |
| Figura 12. Técnicas para medir el rendimiento del personal | 83 |
| Figura 13. La gestión de calidad mejora el rendimiento. | 84 |
| Figura 14. La atención que brinda a sus clientes es | 84 |
| Figura 15. Número de reclamos de los clientes | 85 |
| Figura 16. La atención al cliente se realiza de forma..... | 85 |
| Figura 17. Trabajadores tienen información acerca de los productos..... | 86 |
| Figura 18. gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes | 86 |
| Figura 19. atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado..... | 87 |

I. INTRODUCCIÓN

La importancia de las micro y pequeñas empresas ha cobrado de vida en los últimos años, debido a la crisis en las fuentes de empleo, por ello un gran porcentaje de la población se ha visto obligado a crear negocios para solventar sus gastos, en este sentido se puede decir que las MYPES son el motor de la economía, pero la mayoría llega a quebrar por una deficiente gestión en la atención al cliente, pero este problema se da en todas partes del mundo.

En las micro y pequeñas en España, representan el 99% del total de las empresas, pero sin duda uno de los errores más frecuentes es la mala gestión en la atención al cliente, pues no toman conciencia a que el cliente es el principal activo de la empresa, por lo cual no buscan actualizar o mejorar sus productos y ejercicios, se puede decir que con el pasar del tiempo los clientes son más exigentes y requieren de un valor agregado. (Muñoz, 2015)

Por otro lado en México 75% de las micro y pequeñas empresas quiebran luego del segundo año de existencia, una de las causas principales es el déficit en la gestión de calidad en la atención al cliente, en este sentido se observa que existe falta de indicadores u objetivos del negocio 48%, planeación deficiente con 44 % y problemas en la ejecución o fallas en la hipótesis de negocio y oportunidades de mercado con el 43%, por este motivo es que no se está dando una buena atención al cliente, por lo que los productos y servicios no cumplen con los estándares de calidad. (López, 2016)

Por otro lado en las micro y pequeñas empresas de Costa Rica la tasa de mortalidad de emprendimientos en los primeros tres años de vida es del orden del 80%, y el motivo por el cual llegan desaparecer es que cuentan con deficiente Gestión de calidad en la atención al cliente, derivado de la ausencia de planes, objetivos para un mejor servicios, del mismo modo así mismo este problema de gestión se da porque los dueños apenas terminaron la

secundaria, de forma tal que poseen menos herramientas técnicas para el mejorar el desarrollo de la empresa. (Lebendiker, 2015).

Por otro lado, en Argentina hay 856.300 empresas, 83% de las cuales son micro y pequeñas empresas, sin embargo, en su mayoría tienen dificultades para aplicar una buena gestión de calidad en la atención al cliente, lo cual hace difícil permanencia en el rubro, e principal motivo es que no buscan mejorar sus servicios, no generar valor agregado, quizá también se deba a que el estado no los apoya con asistencia técnica, pero sin duda el líder es quien debe preocuparse por mejorar su aprendizaje. (Manzoni, 2017)

Por otra parte las micro y pequeñas empresas en el Perú, son importantes para alcanzar el desarrollo económico del país, no obstante e principal por la por el cual la mayoría llegan a fracasar es por la deficiente gestión en atención hacia su público objetivo, la cual se deriva de un trato deficiente que desprestigia a la empresa, así mismo no cuentan con acciones claras para una buena atención, se puede decir que si no existen procedimientos definidos para atender a un cliente insatisfecho, los empleados actuarán y resolverán los conflictos basados en sus conocimientos, pero en muchos casos estas actuaciones estarán altamente influenciadas, y muchas veces de forma negativa, por las actitudes de los clientes. (Guzmán, 2016)

En Ancash la situación de las micro y pequeñas empresas se encuentran en una difícil situación, ya que la desaceleración económica, ha traído impactos negativos en el consumo de diversos productos, por lo cual estos pequeños negocios han dejado de ser rentables y solo están ara sobrevivir, se puede decir que uno de los principales problemas es que los dueños o gerentes no buscan mejorar sus procesos de servicio al cliente.

Para finalizar a nivel local en el caso del distrito de nuevo Chimbote se la mayoría de MYPES en estudio no consideran a la atención al cliente, como algo en la cual se deba invertir recursos, puesto que no es un bien tangible, y esto trae como consecuencia pérdida de clientes debido a que no

se le ha provisto de un buen servicio y, por el otro lado también se da la pérdida de clientes potenciales debido a la difusión de la mala experiencia, en este sentido se puede decir que no es difícil darse cuenta que el problema reside en que se puede perder a los clientes actuales y a clientes futuros y eso impactará directamente en los ingresos o utilidades futuras, por tal sentido se plantea el siguiente enunciado de investigación ¿Cuáles son las principales características de Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016?, para desarrollar el problema se formuló el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

Para cumplir con el objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

Describir las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

Esta investigación se justifica porque dará a conocer las características más relevantes de Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016, es decir se describirán las características de los representantes, de las Micro y pequeñas empresas y de la Gestión de calidad en atención al cliente. Del mismo modo cuenta con una justificación teórica, porque da a conocer nuevos conocimientos sobre la gestión de calidad en la

atención al cliente, es decir los principios gestión de calidad, la atención al cliente, las estrategias, claves y herramientas para mejorar la satisfacción de la clientela, de este modo esta información se podrá usar para mejorar la calidad profesional de los interesados en el tema. Del mismo modo esta investigación fue de diseño no experimental – transversal porque se estudió tal y cual se presenta dentro de las micro y pequeñas empresas y en un determinado espacio de tiempo. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario conformado por 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Así mismo este proyecto cuenta con una metodología científica, ya que se emplearon fuentes primarias (Libros, revistas), y secundarias (Resúmenes de libros, de revistas) para la obtención de los datos, se determinará el tamaño de la población y de la muestra, y para el procesamiento de los datos se utilizara el programa Excel, así mismo, se diseñara un cuestionario para el recojo de información, dicho instrumento de recojo de datos constituye una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable. Finalmente servirá como base para futuras investigaciones y como apoyo para los estudiantes de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH, así como para las distintas universidades Nacionales e internacionales, para que tomen como referencias la investigación sobre la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas.

II. REVISIÓN DE LITERARIA

2.1 Antecedentes

Ríos (2014) en su tesis *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad y la satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014. 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 y se obtuvieron los siguientes resultados. El 65% son de género masculino. El 35% tiene entre 35 a 44 años de edad. el 60% tiene grado de instrucción superior universitaria completa. El 50% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 5 a 7 años en el rubro. El 50% considera que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención. El 85% creen que la gestión de calidad es importante para la organización. El 75% consideran que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. El 80% que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. El 85% dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. El 80% de los respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo. Conclusiones: 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 cual se representa en un 60%. En cuanto a las principales características de las Mypes; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, 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%. 3. En cuanto a la gestión de calidad, 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; consideran que la calidad es importante para la organización y consideran la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad.

Hernández (2014) en su tesis *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresa del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad, el marketing y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014. Objetivos específicos: Determinar las características de la competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. Determinar las características del marketing de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. Determinar las características de la gestión de calidad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. El tipo de investigación fue descriptiva y para llevar a cabo se escogió una muestra poblacional de 15 Mypes. En estas Mypes se aplicaron encuestas tanto a los gerentes o administradores, así como a los clientes en general terminando con una encuesta de satisfacción de los clientes finales, llegando a

si a los siguientes resultados. El 40% de los gerentes y /o administradores de las MYPES encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años. El 66.67% de los gerentes y/o administradores de las MYPES son de sexo femenino.El 53.33% de los de los gerentes y/o administradores de las MYPES encuestadas tienen solo secundaria completa. El 66.67% de las MYPES encuestadas si realizan capacitaciones orientadas a la mejora del servicio.El 53.33% de las MYPES encuestadas piensa que es responsabilidad de la empresa.El 53.33% de las MYPES encuestadas piensa que es responsabilidad de la empresa.El 60% de las MYPES encuestadas indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo.El 86.67% de las MYPES encuestadas si están certificadas por la ISO 9001, el 75% indican que el precio es accesible.El 62.5% (50) de los clientes encuestados indican que la calidad es buena.El 75% de los clientes encuestados indican que la atención es buena.El 62.5% de los clientes encuestados indican que el tiempo de espera fue normal.El 75% de los clientes encuestados indican que la calidad fue buena.El 25% de los clientes encuestados indican que es el precio.El 50% de los clientes encuestados indican que la evolución es buena. *Conclusiones:* La mayoría de los Gerentes y/o Administradores cuentan con estudios secundarios completos y cuentan con estudios primarios; esto significa una gran desventaja para el negocio ya que el mayor porcentaje de Gerentes y/o Administradores cuenta con estudios secundarios completos. Una problemática muy marcada en el rubro de la competitividad. El de las MYPES es una amenaza muy fuerte que existe una gran posibilidad de que nuevos restaurantes traten de imitar las características, junto con la debilidad de que el local no se encuentra ubicado en un lugar propio. Otro punto muy importante es que el 67% de los restaurantes aplican la innovación tecnológica, un 20% opta por una innovación social lo cual es una forma para aumentar su competitividad en el rubro.

Zúñiga (2014) en su tesis *Caracterización de la calidad del servicio y del impacto en la fidelización de los clientes de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de huanchaco, año 2014*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las características de la calidad del

servicio y del impacto en la fidelización de los clientes de las Mype del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Huanchaco, año 2014. Objetivos específicos: Describir las principales características de los clientes de las Mype del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Huanchaco, año 2014. Determinar las características de la calidad del servicio en las Mype del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Huanchaco, año 2014. Determinar las características de la fidelización de los clientes en las Mype del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Huanchaco, año 2014. La investigación fue no experimental, descriptivo y transaccional; para la realización se escogió una muestra aleatoria simple de 15 Mype de una población de 180 Mype del cual se obtuvo 150 encuestas, constituida por 10 encuestas para clientes por cada Mype del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Huanchaco; a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Los principales resultados fueron. a) respecto a la calidad del servicio. El 60% de los clientes de las Mype estudiada le agrada el ambiente en el que lo atienden. El 46% de los clientes de las Mype estudiada está poco satisfecho con el trato que recibe del personal del restaurante. El 68% de los clientes de las Mype estudiada está nada satisfecho con el tiempo que tomaron para atenderlo. El 56% de los clientes de las Mype estudiada precisa que está satisfecho con el menú del restaurante. El 44% de los clientes de las Mype estudiada percibe que el precio del menú es caro. El 62% de los clientes de las Mype estudiadas afirman que el restaurante no atendió sus reclamaciones de manera objetiva. El 68% de los clientes de las Mype estudiada percibió que la empresa no se preocupa por brindarle calidad de servicio. El 86% de los clientes de las Mype estudiadas no ha recomendado a otros clientes para que vengan a consumir a este restaurante. El 84% de los clientes de las Mype estudiada no estaría dispuesto a seguir concurriendo al restaurante si notara un cambio en los precios de sus productos. El 92% de los clientes de las Mype estudiada no estaría dispuesto a seguir viniendo al restaurante si notara un cambio en la calidad de sus productos. Conclusión: poco menos de 2/3 (60%) de los clientes de las Mype estudiadas confirmó que les agrada el ambiente en el que

lo atienden. Poco menos de la mitad (46%) de los clientes de las Mype estudiadas expresó que se sienten poco satisfechos con el trato que recibió del personal del restaurante. Poco más de 2/3 (68%) de los clientes de las Mype estudiadas expresó que estuvo nada satisfecho con el tiempo que tomaron para atenderlo. Poco más de la mitad (56%) de los clientes de las Mype estudiadas indicaron que se sienten satisfechos con el menú del restaurante. Poco menos de la mitad (44%) de los clientes de las Mype estudiadas expresó que el precio del menú es caro. La mitad (50%) de los clientes de las Mype estudiadas afirmó que de sus últimas cinco salidas a restaurantes fue solo esa vez que concurrieron este restaurante, un (32%) fue 2 veces. La mayoría (86%) de los clientes de las Mype estudiadas indicó que no ha recomendado a otros clientes para que vayan a consumir al restaurante.

Atravero (2015) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015. Objetivos específicos: Determinar las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, en el ámbito de estudio. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, en el ámbito de estudio. Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, en el ámbito de estudio. Determinar las características de la formalización en las micro y pequeñas empresas, en el ámbito de estudio. Se desarrolló usando la Metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal- retrospectiva, para llevar a cabo la investigación se escogió una muestra representativa de 10 micro empresas, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario pre estructurado con 16 preguntas relacionadas a la investigación, llegando a los siguientes resultados. El 60% son del género femenino. El 60% tienen una edad entre 18 y 30 años de edad. El 80% tiene un grado instrucción superior y universitaria. El 70% de los representantes tiene de uno a dos años en

actividad. El 90% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores. El 100% de las Mypes encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO. El 100% de los encuestados no aplica gestión de calidad. El 70% ponen en práctica otras técnicas de gestión en lo que se refiere a temas de mejora continua. El 60% no realiza capacitaciones orientadas al servicio. Conclusiones: La mayoría (60%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha, son del género femenino, la mayoría absoluta tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría absoluta tiene el grado de instrucción superior y universitaria y la mayoría absoluta cuenta con una antigüedad de 2 años en el rubro. La mayoría absoluta de las micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha están formalizadas, la mayoría absoluta se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría relativa mantienen a sus trabajadores en condición formales. La totalidad de empresarios del sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, ni aplica la gestión de calidad, pero la mayoría aplican otras técnicas gestión de calidad, la mayoría absoluta no realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa tienen prioridad de calidad del producto ante sus proveedores.

Campos (2015) en su tesis *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015. Objetivos específicos: Determinar qué características tiene la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Identificar los elementos de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Conocer la importancia de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Determinar los elementos de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La

Primavera Castilla, 2015.. Se empleó la metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en las tres MYPE y la población está constituida por los propietarios y clientes se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas. Obteniéndose siguientes resultados. El 62% de las personas encuestadas eran los administradores de la empresa. El 62% de las empresas iniciaron su negocio hace más de tres años, el 62 % de las empresas cuenta con menos de cinco operarios. El 38 % de las mypes encuestadas algunas veces definen los objetivos de la empresa, el 39% de las empresas casi siempre han definido la misión, visión y valores de la organización, el 39% de las organizaciones algunas veces comunican la misión, visión y valores de la organización, 38% casi siempre aplica métodos de mejora en sus procesos, el 46 % casi siempre hace uso de la documentación necesaria para la planificación, operación y control de procesos, el 69% de los encargados de administrar las mypes manifestaron que se consideraban líderes participativos. Conclusiones. En cuanto a la aplicación de la gestión de calidad en las mype del sector servicio –rubro pilado de arroz de la provincia de sullana año 2014. podemos describir que los planes estratégicos basados en la misión, visión, valores de la organización y objetivos de la empresa no están bien definidos en algunas organizaciones. la motivación hacia los trabajadores de las mype no son las adecuadas, puesto sólo lo hacen en pos de mejora de la productividad sin tener en cuenta de la mejora anímica del trabajador. Finalmente se describe que el tipo de liderazgo que ejercen los directivos es participativo, siendo recomendable el liderazgo autocrático.

Baca (2014) en su tesis *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Objetivos específicos: Describir las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, servicio rubro

restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. La investigación fue de diseño no experimental transversal, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población muestral de 8 Micro y Pequeñas Empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados. El 50% de los representantes, tienen edad entre 18 a 30 años. El 50% son de género masculino. El 71% tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 75% son los dueños. El 37,5% tienen más de 7 años en permanencia en el rubro. El 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores. El 100 % tiene como objetivo maximizar ganancias. El 100% no tienen conocimientos de técnicas de Gestión. El 100% aplican liderazgo en su gestión. El 75 % aplican el liderazgo democrático. El 100 % no sigue un plan de negocios estratégicos. El 100% percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayudaría a lograr objetivos. El 100% ha obtenido como resultados ofertar productos de mayor y mejor calidad. *Conclusiones:* La totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo democrático, por otra parte en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos. Finalmente la mayoría que aplicó gestión de calidad, obtuvo buenos resultados ofertado productos de mejor calidad. Por lo tanto se puede decir que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término. Se concluyó que la totalidad tiene como finalidad maximizar ganancias, para poder apoyar a sus familias, la mayoría tiene una permanencia en el rubro de 7 años, esto les ha permitido posicionarse mejor, así mismo en su mayoría cuentan entre 1 a 3 trabajadores, personal suficiente, ya que no cuentan con mayores recursos para reclutar más personal. Se concluyó que la mayoría de los representantes

de las Micro y Pequeñas Empresas son jóvenes, ya que tienen una edad que oscila entre 18 a 30 años, cuentan con experiencia significativa en el rubro, la mayoría son de género masculino, son ellos los emprendedores de sus negocios y cuentan con estudios superiores no universitarios, que les ha facilitado de alguna manera tener mayor conocimiento, creatividad y visión por el emprendimiento, finalmente son dueños propios.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Las Micro y pequeñas empresas

En primer lugar, cabe dar conocer algunas leyes que han mejorado el crecimiento de las Micro y pequeñas empresas, no obstante, se debe conocer que es una micro y pequeñas empresas, para ello la Ley 28015 (2003) “Ley de promoción y formalización de la Micro y pequeña empresa”, define como micro y pequeña empresa a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (p. 2)

Las Micro y pequeñas empresas son pequeños establecimientos, en donde se produce, se transforma un bien o servicio para luego ser comercializados, no cabe duda que gran parte de las empresas en nuestro país son Micro y pequeñas empresas, por lo cual el Estado ha propuesto esta Ley 28015, la cual se compromete a mejorar la competitividad de las micro y pequeñas empresas, a través de la asistencia técnica, pero cabe decir que estas empresas para lograr esos beneficios deben estar formalizadas.

Las micro y pequeñas empresas han logrado un gran auge dentro de nuestro país, brindando puestos de trabajo y son una parte importante dentro de la economía del país, dinamizando nuestra economía. Tal como lo afirma Cárdenas (2010):

Un concepto universal de micro y pequeña empresa no es posible, pues no hay unidad de criterio con respecto a la definición de micro y

pequeña empresa, pues las definiciones que se adoptan varían según sea el tipo de enfoque. Algunos especialistas destacan la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos para definirla. Otros toman como referencia el criterio económico – tecnológico (pequeña empresa precaria de subsistencia, pequeña empresa productiva más consolidada y orientada hacia el mercado formal o la pequeña unidad productiva con alta tecnología). Por otro lado, también existe el criterio de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de las micro y pequeña empresa. La densidad de capital relaciona el valor de los activos fijos con el número de trabajadores del establecimiento. Mucho se recurre a este indicador para calcular la inversión necesaria para crear puestos de trabajo en la pequeña empresa. La CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) define a la microempresa como unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales. (p.59)

En efecto las micro y pequeñas empresas en el Perú, se determinan por su volumen de ventas, se las puede clasificar y sobre todo nombrar, cuentan con ciertos beneficios y a su vez con algunas desventajas si las comparamos con las grandes empresas, pero no cabe duda que representan un gran porcentaje dentro del Producto Bruto Interno.

A nivel nacional, ciertos autores tienen bien definido el concepto de las micro y pequeñas empresas, tal como lo manifiesta Centty (2011) que considera necesario poner a vuestra consideración, una definición del sector MYPE, elaborada para el contexto de la región Arequipa, que se construye a partir del resultado empírico, del análisis socio económico del sector en el año 2002, donde literalmente se señala lo siguiente:

Las Micro y Pequeña Empresa, también, son unidades de producción de bienes o servicios, de pequeña envergadura en cuanto a su

infraestructura física y su inversión económica y financiera, de corte familiar, las cuales brindan trabajo temporal en algunos casos y otros subempleos, debido a un alto grado de competencia en el sector donde desarrollan sus actividades comerciales, lo cual les impide crecer en el largo plazo, a pesar de que sus trabajadores en los últimos años cuentan en su mayoría con estudios universitarios y técnicos. (p.44)

Características de la Ley MYPE 30056

De mismo modo se han creado otra Ley, pero en este caso se enfoca más en la estructura productiva de las micro y pequeñas empresas, este es un punto a favor puesto que las empresas podrán coartar más mano de obra, tal y como lo establece la Ley 30056 (2013) la cual es su artículo n°5 establece que las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en una de las siguientes categorías, en este sentido de acuerdo al nivel de ventas anuales:

Microempresa: en este caso serán las que tengan ventas anuales hasta un monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña empresa: la cual establece que deben tener ventas anuales por encima de 150 UIT y hasta un máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 unidades impositivas tributarias y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Artículo, n°5)

Cabe decir que las Micro y pequeñas empresas pueden lograr grandes beneficios si en caso aplicaran capacitación a su personal, se le podrá de contar esta inversión del pago de impuestos, del mismo modo al contratar más personal se podrá mejorar la productividad de la empresa.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Por lo expresado no cabe duda que las micro y pequeñas empresas son importantes, ya que la Leyes presentadas se enfocan en mejorar su desarrollo, de igual forma el Ministerio de trabajo (2013) establece que las

micro y pequeñas empresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas, además se pueden resaltar otros puntos importantes como

Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Mejoran la distribución del ingreso.

Cabe decir que al generar puestos de empleo se puede reducir considerablemente la pobreza del país, ya que este es un factor que aqueja muchas veces al desarrollo económico y productivo, de igual forma al generar empleos se está reduciendo la seguridad, que también otro factor que impide el desarrollo de las micro y pequeñas empresas.

Son consideradas parte importante dentro de un país, ya que son generadoras de empleos y aportan en el crecimiento económico. Tal como lo menciona Marcelo y Vila (2015), que:

Actualmente, en el Perú, las micro y pequeñas empresas (MYPES) aportan, aproximadamente, el 40% del Producto Bruto Interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. En conjunto, las MYPES generan el 47% del empleo en América Latina, siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas. Conforme las MYPES van creciendo, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía. Debido a que la mayoría desaparece en menos de un año; las que sobrevivan este ciclo se volverán cada vez más influyentes en el mercado, ampliarán su capacidad de producción,

requerirán de más mano de obra y aportarán con mayores tributos al Estado.

A diferencia de las micro y pequeñas peruanas permanecen más tiempo en el mercado, ya que muchas de estas son parte del sustento de sus dueños y de la canasta familiar, y es por eso que les ofrecen empleo a sus propios familiares.

Ventajas y desventajas de los emprendedores

Según Amaru (2008) existen innumerables ventajas concretas en la creación y operación de un negocio propio, como:

El empresario no tiene un jefe y depende de sus decisiones personales. Puede innovar o experimentar nuevas ideas en su negocio, estimulando por su creatividad o por la competencia. Tiene perspectivas de ganancias financieras considerables si alcanza el éxito, lo que le hará obtener el reconocimiento de la comunidad. No obstante, existen aspectos desfavorables que conviene considerar, tales como convivir con la inestabilidad de los posibles cambios en el ambiente externo tener una carga de trabajo y responsabilidad distintos a las de los empleados asalariados (p.5)

Ser un emprendedor involucra muchos sacrificios, ya que tienen que lidiar con su entorno, la competencia, los problemas políticos, económicos, y siempre estar atento en los cambios tecnológicos, es por ello que el emprendedor debe estar preparado para estos cambios y saber afrontarlo, debe existir por su parte dedicación, responsabilidad y sobre todo innovación de sus productos o servicios que ofrece.

Tipos de microempresas

La creación de las micro y pequeñas empresas se dio por diferentes motivos, algunas porque vieron la oportunidad de crear un negocio, otras

porque no contaron con un trabajo y era la manera de sustentar los gastos de la canasta familiar y otros porque tuvieron una idea de negocio donde puedan desarrollar sus conocimientos y sobre todo obtener ganancias. En este mismo sentido Dobón (2013) afirma que las microempresas son de propiedad y administración de los propios empresarios, que a su vez trabajan ellos mismos o sus familiares. Dentro de este tipo de negocios encontramos:

De supervivencia: No poseen capital operativo. Un ejemplo serían las personas que se dedican a la venta ambulante.

De expansión: Generan excedentes para mantener la producción, pero no hay crecimiento. Sería el caso de las pequeñas empresas familiares.

De transformación: Los excedentes permiten acumular capital, pero en este supuesto ya estamos hablando de empresas pequeñas.

Por lo expuesto a nuestra realidad según el estudio realizado se obtuvo que el 60% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, el 30% por subsistencia y el 10% como autoempleo es otra manera por la que fueron creadas, la mayoría busca generar ingresos para colocar sucursales o quizás expandirse, convirtiéndose muchas veces en empresas poderosas y que han marcado historia en nuestro país, todo gracias al empeño de sus representantes y trabajadores.

Ventajas de las micro y pequeñas empresas

Definitivamente se dice que las grandes empresas son las mejores en ofrecer beneficios y sobre todo brindarte oportunidades de crecimiento profesional, pero no podemos dejar de lado a las micro y pequeñas empresas, que te permiten independizarte y sobre todo aplicar todos los conocimientos necesarios para administrarla, siendo muy interesantes las ventajas que ofrece también laboral en ellas. Tal como lo manifiesta Soto (2013) las ventajas de las micro y pequeñas empresas son:

Son más ágiles y flexibles, no requieren tanto papeleo y es más fácil modificar aspectos importantes de su estructura. En épocas de crisis y

malos momentos, así como también en las decisiones, es más rápida y fácil su reacción. Además, existe una mayor unidad e independencia de la dirección de la empresa.

Son más cercanas al cliente, se orientan más a él y pueden conocer sus necesidades y deseos. De esta manera, también pueden atender mejor a las demandas. Sus clientes pueden recibir un trato más personalizado lo mismo que una relación más humana.

Son más flexibles, lo que hace que se adapten mejor a cualquier situación.

Este tipo de empresas puede ocupar nichos de mercado poco o nada rentables para las grandes empresas, a las cuales no le interesa el esfuerzo a cambio de los beneficios ya que se orientan más a lo grande. Además, pueden detectar mejor estos nichos de mercado porque conocen mejor al cliente. Hay una mayor implicación de los trabajadores, precisamente porque hay una relación más fluida y directa, se encuentran más cercanos y es más fácil que se identifiquen y sientan parte de la empresa. Son más versátiles, por lo que pueden conseguir nuevos datos de mercado cuando cambia abriendo el campo a nuevas posibilidades y al cambio. Sin duda al tomar en cuenta a las micro y pequeñas de Perú, vemos que se caracterizan por su familiaridad con los clientes, conocen más de cerca sus necesidades y sus preferencias, ya que existe mayor contacto con el personal que labora con sus clientes, son fáciles de adaptarse a los cambios de un país ya que no necesitan de muchos documentos ni trámites para comenzar a funcionar.

El conductor

Es considerado la pieza fundamental dentro de un negocio, ya que velará por el bienestar de sus trabajadores, así como el buen funcionamiento del negocio, se encargará de la toma de decisiones que marcarán el futuro de la micro y pequeña empresa. Para Obregón (2015):

La figura del conductor es muy interesante en las mypes, pues pese a ser el dueño del negocio, es decir, el empresario, se le ha otorgado la condición jurídica de “asegurado regular” a efectos previsionales. Es decir, goza del mismo estatus que un trabajador subordinado o dependiente. La persona natural que dirige una microempresa que no se ha constituido como persona jurídica y que cuenta con, al menos, un trabajador. La persona natural que es titular de una microempresa constituida como una empresa individual de responsabilidad limitada y que cuenta con, al menos, un trabajador. (p.1).

En comparación con nuestra realidad tenemos que el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños de sus negocios y el 30% son administradores, esto ocurre porque la mayoría de los representantes no quieren incurrir en gastos de personal y prefieren ellos mismos administrar sus negocios.

Los emprendedores

En la actualidad vemos muchos empresarios que tienen éxito, personas muy perseverantes, que persiguieron el sueño de crear una empresa, e iniciaron desde lo más simple, tal como lo define Amaru (2008):

Al emprendedor como la persona que asume el riesgo de iniciar una empresa es un emprendedor. La palabra emprendedor proviene del latín *imprendere*, que significa “tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa”, “poner en ejecución”. Muchas de las personas más prosperas del mundo comenzaron como pequeños emprendedores, prácticamente de cero. Hombres como Henry Ford y Bill Gates fueron más allá de las creaciones de empresas, transformaron la tecnología, el modo de hacer negocios y a la propia sociedad. Destaca que en el siglo XVII, el emprendedor y economista Richard Cantillon, en su Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general (1755), fue el primero en tratar el papel crucial del emprendedor en la economía. Cantillon identificó al emprendedor

como alguien que sume riesgos al comprar servicio o componentes a un precio determinado con la intención de revenderlos más tarde a un precio indeterminado (p.1)

Asimismo, se puede que decir que un emprendedor en nuestro país es una persona que tiene muchos sueños y las enfoca en la creación de un negocio propio, donde dispone de personas a su cargo y sobre todo buscar ofrecer un producto u brindar un servicio que satisfaga las necesidades de su público objetivo.

Otras definiciones de emprendedores

Según Herrera y Montoya (2013), define al emprendedor “como aquel que mediante un proceso, y teniendo en cuenta los factores endógenos (cualidades, habilidades, conocimiento, experiencia, formación, entre otros) y exógenos (las mutaciones del entorno), lleva a cabo un proyecto, bien sea económico, social, político, ambiental, etcétera” (p.20).

Según Cabrera (2013) “los emprendedores son la “fortaleza y esperanza” de mucha gente, que espera y anhela poder integrarse, trabajar, aportar y desarrollar su potencial profesional/laboral en la PYME (sueño) del emprendedor”.

Según Longenecker, Petty, Palich y Hoy (2012) ser emprendedor significa:

Es una persona que persigue de forma implacable una oportunidad para crear valor, ya sea por medio de una empresa nueva o una existente, mientras asume tanto el riesgo como la recompensa por esfuerzos. Además, los emprendedores conciben los recursos de forma diferente a la de los empleados-gerentes. Mientras los directivos de las grandes corporaciones suelen pensar como gerentes o burócratas, quienes desean mayores presupuestos o más empleados para sus departamentos, los emprendedores buscan maneras de hacer más con menos. Para el emprendedor, la clave está

en identificar una oportunidad creadora de valor, pero también en aprovechar esa oportunidad. (p. 5 - 6)

Gestión

Según Hernández (2011) el termino gestión es:

Hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera. Por su parte, la administración como ciencia o técnica se centra en el diseño de las estructuras, procedimientos y sistemas de información para planear, organizar, dirigir y controlar. En pocas palabras, la gestión es el software y la administración es el hardware de un organismo social productivo. (p. 16)

Podemos decir que la gestión es el proceso intelectual creativo que permite a un individuo diseñar y ejecutar las directrices y procesos estratégicos y tácticos de una unidad productiva, empresa, negocio o corporación mediante la comprensión, conceptualización y conocimiento de la esencia de sus actividades y al mismo tiempo coordinar los recursos o capitales económicos, humanos, tecnológicos y de relaciones sociales, políticas y comerciales para alcanzar sus propósitos u objetivos.

Analizando sus elementos tenemos:

La gestión es un proceso intelectual en tanto que implica una actividad de reflexión, pensamiento crítico y análisis de la acción ante las circunstancias cambiantes del entorno en que se desenvuelven las empresas, al respecto Según Hernández (2011):

La gestión debe ser creativa, es decir, original, para obtener, en virtud de la calidad de los productos o servicios, la preferencia de los consumidores; la innovación y la negociación se manifiestan en las relaciones con los clientes, proveedores y otros actores relacionados con la empresa.

La gestión establece directrices estratégicas en tanto fija los elementos constantes que permiten adaptar la empresa a las circunstancias cambiantes sin perder su rumbo, destino final y esencia.

La gestión debe ser táctica, es decir, debe generar la comprensión y conciencia de todos los elementos humanos de la organización.

La gestión se encarga de la coordinación y aprovechamiento de los recursos (capitales) económico, humano, tecnológico, social, etc., de la empresa. Esto implica el alineamiento de cada recurso en la misma dirección y con propósitos comunes, sin conflictos por visiones divergentes (p.2).

Calidad

La calidad está unida al hombre desde tiempos remotos. La búsqueda de la calidad ha evolucionado a lo largo de la historia, dejando de ser entendida como control de calidad del producto para ser considerada a lo largo de todo el proceso de producción, incluyendo también las actividades indirectas que pueden influir en el propio funcionamiento como son las tareas administrativas, la atención al cliente, el servicio postventa, etc., al respecto Según Cortés (2017) menciona que la “calidad es el grado de cumplimiento de requisitos establecidos por las partes interesadas, ya sean internos o externos, normativos o legales, de la dirección o de los clientes”. (párr. 17)

Por su parte Según Ramírez y Ramírez (2016) la necesidad de mejorar la calidad surge por varias causas:

A medida que el hombre evoluciona, aumenta el número y rango de necesidades y se refinan sus gustos.

El aumento de la demanda de bienes y servicios fomenta la creación de empresas y negocios que ofrecen esos bienes y esos servicios, y viceversa, las empresas ofrecen servicios nuevos e inducen a las personas a que los necesiten o demanden.

Los usuarios prefieren aquellos bienes y servicios que les dan mayor satisfacción en términos de precio, calidad, oportunidad y cantidad.

La economía de mercado es un sistema en donde los empresarios y productores tienen que competir.

Se compete ofreciendo productos y servicios con diferentes características, pero sobre todo, con buena calidad. (párr. 11)

Gestión de Calidad

Del mismo Cortés (2017) explica que los sistemas de gestión de la calidad:

Son el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determina la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades y se implantan por medios tales como la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad en el marco del sistema de la calidad. (párr. 7)

Así también de acuerdo con Cortés (2017) los objetivos básicos de los sistemas de gestión de la calidad son, entre otros:

Abarcar a todas las actividades que se realizan dentro de la empresa. Es decir, definir su marco operativo.

Alcanzar el compromiso de cada una de las personas integrantes de la empresa, sea cual sea su puesto de trabajo y actividad. Definir cuál es la composición y funciones de sus recursos.

Considerar que cada persona es proveedor y cliente de otras personas, como eslabón que forma la cadena de la calidad.

Poner énfasis en la prevención, con el objetivo de hacer las cosas bien a la primera, y en el plazo previsto, de acuerdo con los requisitos del cliente.

Cada departamento ha de tener sus propios sistemas para controlar su trabajo, y la función calidad se preocupa de la fiabilidad de estos sistemas y de la coordinación entre departamentos.

Buscar la participación y el compromiso de todos, y tiene como objetivo obtener la satisfacción de todas las personas de la empresa con su trabajo.

Los defectos han de ser origen de soluciones.

El origen mayoritario de los problemas esta en los sistemas y procedimientos de trabajo de la empresa.

De cierta manera a nuestra realidad según los resultados tenemos que el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si conoce el significado de Gestión de Calidad esto se debe a que muchos de los dueños cuentan con estudios superiores y muchos de ellos se están actualizando en temas de gestión, ya sea a través de seminarios, internet, libros, o vienen ejemplos de otras empresas que ya la hayan aplicado.

Principios de la Gestión de Calidad

Gestionar con calidad o Administrar por calidad, involucra que tanto el personal, la gerencia, los procedimientos, recursos e incluso los proveedores, trabajen conjuntamente, para obtener el éxito y cumplir con el objetivo de la empresa, tal como lo determina García (2011):

Para conducir y operar una empresa en forma exitosa se requiere que ésta se dirija y controle en forma sistemática y transparente. Se puede lograr el éxito implementando y manteniendo un sistema de gestión que está diseñado para mejorar continuamente su desempeño mediante la consideración de las necesidades de todas las partes interesadas. La gestión de una empresa comprende la gestión de la calidad entre otras disciplinas de gestión. (párr. 9)

Se han identificado ocho principios de gestión de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño, al respecto García (2011):

Enfoque al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

Liderazgo: Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la empresa. Ellos deberán crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la empresa.

Participación del personal: El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

Enfoque basado en procesos: Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una empresa en el logro de sus objetivos.

Mejora continua: La mejora continua del desempeño global de una empresa debería ser un objetivo permanente de ésta.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor. (párr. 4)

Ventajas de la Gestión de Calidad

Según Pozo (2012) conviene constatar que, en la mayoría de los casos, las ventajas de implantar un Sistema de gestión de calidad pueden ser, entre otras, las siguientes:

Aumento del número de clientes.

Motivación del personal.

Fidelización de los clientes.

Mejora de las relaciones con los clientes.

Organización del trabajo.

Aumento de la cuota de mercado.

Aumento de beneficios.

Herramientas de gestión

Según Méndez (2009) explica que los sistemas de gestión son una:

Metodología utilizada por los niveles directivos de la organización. Proporciona procesos y/o técnicas y/o información que al ser aplicados permiten ejecutar acciones que impactan la planeación, operación y control de la organización. Producen bajo impacto en el conocimiento, las competencias de personas y cargos, la operación de procesos y la participación de las personas, así como en la cultura de la organización (p.16)

Las tecnologías y herramientas de gestión, cuando son incorporadas efectivamente al management de las organizaciones, traen beneficios a su desempeño. Estos se proyectan como esenciales en los resultados evaluados desde la óptica de la alta gerencia y se proyectan en los estados financieros, el incremento de la participación en el mercado, el liderazgo y

reconocimiento del sector en el que compiten, la satisfacción de sus clientes, la calidad del servicio, el posicionamiento, del mismo modo Méndez (2009):

Además, tienen otros resultados que algunos consideran importantes, como la participación, el bienestar y la satisfacción de los empleados. Se puede afirmar que, de acuerdo con su propósito particular, las tecnologías y herramientas de gestión producen valor, percibido en forma tangible e intangible en la organización. Las herramientas de gestión contribuyen a una mayor eficiencia en la gestión por parte de sus directivos. Las herramientas de gestión proporcionan metodologías que al ser adoptadas por la dirección facilitan el control, la operación de la empresa y el desarrollo de competencias para los empleados. De esta forma, impactan la administración y los procesos aumentando su efectividad y rendimiento y optimización los recursos. No requieren de una transformación profunda en la cultura de la organización ni participativa activa de todos los empleados en su planeación e implantación. Proporciona directrices de acción y herramientas de control para cumplir con los objetivos estratégicos (p.38).

Pero en nuestra realidad se obtuvo que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no conoce ninguna técnica de Gestión de Calidad, porque a pesar de lograr un servicio de calidad, les falta implementar herramientas de gestión que les permita a todas las personas encaminar hacia un mismo objetivo, y ser eficaces en todos los procesos que involucre el negocio.

Cliente

Según Thompson (2009) define al cliente como “la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios”. (párr. 5)

Calidad en el servicio

Según Pizzo (2013):

Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización. (párr. 8)

Según García (2011) al mejorar la calidad:

Se obtienen muchos beneficios. La información y los servicios son más accesibles. Los clientes toman decisiones informadas y están más satisfechos. Los clientes empiezan a tener un punto de vista positivo con respecto al servicio que están recibiendo. En la cual la gestión interna y externa es más ágil y oportuna”. (párr. 9)

Es importante distinguir los dos tipos de clientes (interno y externo) que deben convertirse en los sujetos de la gestión de la empresa, al respecto García (2011)

El cliente interno se constituye en el personal, el cual tiene una misión clara y definida, y que es un elemento esencial en el funcionamiento operativo y/o administrativo de la empresa.

El cliente externo es aquel que define y formula necesidades, que la empresa por medio de políticas y servicios se compromete a satisfacer.

El cliente es lo primordial (interno y externo): La atención centrada en el cliente proporciona lo que desea todo cliente: respeto, comprensión,

motivación, equidad, información precisa, competencia, conveniencia y resultados. (párr. 10)

Según Vértice (2010) la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones:

La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece.

Hemos pasado del consumidor que favorecía los productos que estaban disponibles y eran de bajo coste, a un público más selectivo y mejor informado que puede elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes.

La calidad del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejora su nivel de vida. En un principio, suele contentarse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, más barato. (párr. 15)

Si bien nuestra realidad se obtuvo que el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiesta que brindan una buena atención a sus clientes, esto se da porque logran la satisfacción del cliente y sobre todo su personal se encarga de brindar un buen servicio, esta atención se manifiesta desde el ingreso del cliente a las instalaciones del restaurante, hasta su salida, el personal los atiende de la manera más cordial y sobre todo cubre con las expectativas de éste.

Características del servicio de calidad

Según Aniorte (2013) “algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

Debe cumplir sus objetivos

Debe servir para lo que se diseño

Debe ser adecuado para el uso

Debe solucionar las necesidades

Debe proporcionar. (párr. 9)

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Verdú (2013) las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad.

Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.

Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.

Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.

Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.

Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidad y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.

Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.

Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.

Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.

Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.

Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.

Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.

Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente. (párr. 12)

Estrategias de atención al cliente

Según Silva (2016) menciona las estrategias que te ayudarán a mejorar la atención al cliente en tu restaurante:

Establecer un procedimiento: Así como se establecen procedimientos para la elaboración de un plato, también la manera en la que atenderemos a nuestros clientes debe estar recogido en un procedimiento en el que se establezca claramente los pasos a seguir. Por ejemplo, las acciones pueden ser:

Establecer un tiempo promedio de atención entre el saludo y su ubicación en sala del cliente.

Implementar la estrategia de sonreír a los clientes en el transcurso de la cena.

Contrata personal con vocación: La profesión de camarero debe estar íntimamente relacionada con la vocación de mimar y atender a las personas. Es por esto que debemos contratar personal que tenga

vocación, actitud y ganas de ofrecer una agradable experiencia al cliente.

Muchas veces la experiencia o antigüedad de los camareros no significa que atiendan mejor a las personas. Un camarero joven y sin experiencia puede igualmente ganarse el corazón de los clientes y hacer que, gracias a él, regresen semanalmente.

Formar al personal: Nuestro equipo es la carta de presentación del restaurante el tiempo que dure la experiencia de nuestros comensales y no se puede suponer que ya conocen los conceptos básicos de la atención al cliente.

Es por esto que nuestro personal debe estar formado y contar con las herramientas necesarias para poder proporcionar un trato adecuado, siempre reforzando su autoestima y confianza en sí mismo.(párr. 7)

Asegúrate que el camarero conoce la carta y los maridajes. Parte de una buena experiencia es que nuestro camarero sepa al dedillo la carta de platos con sus respectivos maridajes. De esta manera estará preparado para poder asesorar a los clientes sobre los ingredientes o métodos de cocción de un plato, opciones alternativas para vegetarianos o celíacos.

Claves para una mejora atención al cliente

Es importante conocer que aspectos debemos mejorar para mejorar la atención al cliente, en este sentido Silva (2016)

Lllamarlo por su nombre. Algo tan simple como esto hace que el cliente se sienta especial.

Recordar los gustos del cliente (vino preferido, mesa en la que le gusta sentarse).

Para que tus camareros lo recuerden siempre, puedes crear un historial con las preferencias de los clientes en tu sistema de reservas, haciendo las anotaciones correspondientes.

Trabajo en equipo: Suele decirse que “ningún coronel ganó solo las batallas”. La atención al cliente es definitivamente un trabajo en equipo, donde intervienen desde la encargada de recibir al cliente, el chef al cocinar en tiempo y forma el plato elegido y el camarero, que es la cara visible del equipo de trabajo. (párr. 8)

Según nuestra investigación realizada nos muestra que el 100% de los representantes de las MYPE menciona que sus trabajadores cuentan con la información acerca de los productos que ofrece en su negocio, esto se da a que han sido capacitadas y formadas para atender de manera cordial y respetuosa a los clientes.

Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas

El sistema de gestión de calidad involucra la aplicación de la mejora continua de los procesos, para asegurar principalmente el cumplimiento de la sistemática establecida para la aplicación de los procedimientos documentados de los procesos de las micro y pequeñas empresas, Según Imilce y Wiese (2009):

Para poder alcanzar este objetivo, se hace necesario, el establecimiento de indicadores por proceso que permitan a la micro y pequeña empresa medir de manera periódica el desempeño de cada uno, y con base en la evaluación del monitoreo de esta información, adoptar las medidas que sean necesarias para corregir o mejorar el desempeño del proceso que se evalúa. En una empresa de mayor tamaño que el de una micro y pequeña empresa, un proceso usualmente está a cargo de un departamento o área de trabajo, bajo la responsabilidad y autoridad de una persona designada para ejercer ese cargo. (párr. 6)

Las micro y pequeñas empresas no solo cuenta con procesos controlados que en conjunto facilitan su capacidad de entregar al cliente productos estandarizados, Según Imilce y Wiese (2009) explica que “de acuerdo a los parámetros establecidos por la micro y pequeña empresa; sino

también que, a través de los procesos de atención al cliente, facilita su capacidad de respuesta frente a las necesidades cambiantes del mismo”. (p.37)

2.3 Marco conceptual

Definiciones de Gestión de Calidad:

La Gestión de Calidad es la manera de gestionar de manera integral todos los procesos y al personal para que trabajen conjuntamente, y se pueda cumplir con los objetivos trazados por la organización y sobre todo logrando la satisfacción de los clientes. Asegurándose que cada actividad realizada por todo el personal sea de calidad y en función al objetivo principal de la empresa. Asimismo, la Gestión de Calidad identifica procesos integrando las actitudes y comportamientos de una organización, como una actividad funcional (Arana, Camisón, Casadesús y Martianerea, 2008).

Definiciones de atención al cliente:

La atención al cliente, se define como el conjunto de actividades que realizan los trabajadores hacia sus clientes para lograr su satisfacción, el cual están dispuestos a atender sus dudas, reclamos o lo que estos deseen (Balarezo, De la Cruz y Zambrano, A, 2013).

Definiciones de gestión de calidad en atención al cliente:

La gestión de calidad en atención al cliente se define como la manera correcta de brindar el servicio de atender a los clientes, es decir desde el momento que ingresa el cliente al establecimiento hasta el momento que se retira, logrando su satisfacción, ya que el administrador implementará técnicas modernas de gestión que logrará este resultado. Contando con personal motivado y sobre todo capacitado en atención del cliente (Arana, Camisón, Casadesús y Martianerea, 2008)

Definiciones de las micro y pequeñas empresas:

La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Ramos, 2014)

Las MYPE, también, son unidades de producción de bienes o servicios, de pequeña envergadura en cuanto a su infraestructura física y su inversión económica y financiera, en su mayoría son conformadas por familias, las cuales brindan trabajo temporal en algunos casos y otros subempleos, debido a un alto grado de competencia en el sector donde desarrollan sus actividades comerciales, lo cual les impide crecer en el largo plazo (Vega, 2011)

Definiciones de restaurantes

Se sirven alimentos sencillos a precios accesibles, se caracteriza por el tipo de servicio que es bastante confiable, generalmente este tipo de restaurantes son franquicias. Por supuesto, dentro de esta categoría también suelen caer la mayor parte de los emprendimientos pequeños de comida y las cocinas económicas. (Hernández, 2016)

Un restaurante es una empresa que, por su volumen económico, no puede permitirse el lujo en la mayoría de los casos de efectuar acciones comerciales para atraer clientes, se juega su destino económico en el día a día. Según el grado de satisfacción que consiguen los clientes, la ocupación de sus mesas irá aumentando hasta conseguir que casi no les sea necesario efectuar acciones comerciales para atraer clientes. Para ayudarles a tener éxito les detallo las veinte características que necesita para tener éxito. (Biosca, 2013)

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se plantea una hipótesis dado que es de tipo descriptiva, ya que solo se va a descubrir, a través de observación y posterior descripción, constatar una realidad que acontece, solo eso, a modo de evidencia, de constatación de algo que no se conoce y que por ende se desea describir.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación, No experimental - transversal - descriptivo

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observó la Gestión de calidad en atención al cliente, tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las Micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal porque el estudio Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016, se realizó en un espacio de tiempo definido o determinado, donde el estudio tuvo un inicio y un fin. (2016)

Fue descriptivo de propuesta porque solo se describió las Características más relevantes de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

4.2 Población y muestra.

a) Población

La población estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016. La cual se obtuvo mediante un sondeo. (Ver anexo 3)

b) Muestra

La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 10 micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016. (Ver anexo 3)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|----------------|--|----------------------|--|----------|
| Representantes | Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa. | Edad | <ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 30 años - De 31 a 50 años - De 51 años a más | Razón |
| | | Genero | <ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino | Nominal |
| | | Grado de instrucción | <ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Estudios básicos - Superior no universitario - Superior universitario | Ordinal |
| | | Cargo | <ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador | Nominal |
| | | Tiempo en el Cargo | <ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas | Razón |

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|----------|--|--|--|----------|
| | MYPE es una unidad económica constituida por | Tiempo de permanencia de la empresa en | <ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas | |

| | | | | |
|---------------------------|--|------------------------|---|---------|
| Micro y pequeñas empresas | una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. | el rubro (años) | | Razón |
| | | N° trabajadores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores. | |
| | | Objetivo de la empresa | <ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias - Subsistencia - Autoempleo | Nominal |

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|----------|-----------------------------|----------------------------|--|----------|
| | La gestión de calidad en la | Termino gestión de calidad | <ul style="list-style-type: none"> - Si - No | |

| | | | | |
|--|---|---|--|---------|
| Gestión de calidad en la atención al cliente | atención al cliente, se refiere a detectar que herramientas de gestión modernas se pueden aplicar para un ero proceso en la atención al cliente, en este sentido se puede decir que la gestión de reclamaciones y el servicio post venta son herramientas primordiales para una mejor eficiencia en el servicio que brindan las organizaciones. | Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica: | <ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Empowerment - La 5 s - Outsourcing - otros - Ninguno | Nominal |
| | Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad | <ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros | | |
| | Técnicas para medir el rendimiento del personal | <ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - La escala de puntuaciones - Evaluación 360° - Otros | | |
| | Gestión de calidad mejora el rendimiento | <ul style="list-style-type: none"> - Si - No | | |
| | Atención que brinda a sus clientes es | <ul style="list-style-type: none"> - Excelente - Buena - Regular - Mala | | |
| | Número de reclamos de los clientes | <ul style="list-style-type: none"> - 1 a 10 - 11 a 20 - 21 a mas - Ninguno | | |
| | La atención al cliente se realiza de forma | <ul style="list-style-type: none"> - Rápida - Lenta - Normal | | |
| | Los trabajadores cuentan con la información acerca de los productos | <ul style="list-style-type: none"> - Si - No | | |
| | Gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes | <ul style="list-style-type: none"> - Si - No - | | |
| | Atención al cliente permite el posicionamiento | <ul style="list-style-type: none"> - Si - No | | |

4.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 19 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los representantes (5), de las Micro y pequeñas empresas (3), y a la variable en estudio: Gestión de calidad en la atención al cliente (11).

4.5. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas: Microsoft Word: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. Microsoft Excel: Es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas.

4.6. Matriz de consistencia

| Problema | Objetivos | Variable | Población y muestra | Métodos y diseños | Instrumentos y Procesamiento |
|--|---|--|--|---|---|
| ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016? | <p>Objetivo general</p> <p>Determinar las principales características de Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>• Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.</p> | <i>Gestión de calidad en atención al cliente</i> | <p>Población:</p> <p>La población estuvo conformada por 10 Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.</p> | <p>Diseño</p> <p>El diseño de la investigación fue no experimental – transversal- descriptivo</p> <p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular la variable en estudio, es decir, se observó a la Gestión de calidad en atención al cliente, tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p> | <p>Técnica</p> <p>La técnica utilizada es la encuesta.</p> <p>Instrumento:</p> <p>En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario</p> <p>Plan de análisis de los datos</p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción digital y Acrobat Reader XI, para leer archivos digitales.</p> |

Continua...

| Problema | Objetivos | Variable | Población y muestra | Métodos y diseños | Instrumentos y Procesamiento |
|----------|--|---|---|---|------------------------------|
| | <p>. Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresassector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.</p> <p>. Describir las principales características delaGestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.</p> | <p><i>Gestión de calidad en atención al cliente</i></p> | <p>Muestra: La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 10 Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.</p> | <p>Fue transversal porque el estudio Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016, se realizó en un espacio de tiempo definido o determinado, donde el estudio tendrá un inicio y un fin. (2016)</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las Características más relevantes de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.</p> | |

4.7 Principios éticos:

La presente investigación que se realizó a las Micro y pequeñas empresas estuvo bajo el sustento de principios éticos, dentro ellos tuvimos a la responsabilidad ética, donde se preservó la libertad, los valores, los derechos humanos y el respeto tanto por el autor como de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas, también se consideró el principio de justicia, el cual exige el derecho a un trato de equidad, a la privacidad, anonimato y confidencialidad, porque es la cualidad que posee cierta información de mantenerse reservada para el conocimiento de una persona o de algunas, pero que no debe ser expuesta en forma masiva y por último el principio de Confidencialidad, es decir se respetó la confidencialidad de los representantes, asegurándoles que no habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicar directa o indirectamente a los representantes de las Micro y pequeñas empresas.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1.

Características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016

| Datos generales: | N | % |
|-----------------------------|----|--------|
| Edad (años) | | |
| 18 – 30 | 0 | 0.00 |
| 31 – 50 | 6 | 60.00 |
| 51 años a más. | 4 | 40.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Género | | |
| Masculino | 3 | 30.00 |
| Femenino | 7 | 70.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Grado de instrucción | | |
| Sin instrucción | 0 | 0.00 |
| Educación básica | 2 | 20.00 |
| Superior no universitaria | 2 | 20.00 |
| Superior universitaria | 6 | 60.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Cargo | | |
| Dueño | 3 | 30.00 |
| Administrador | 7 | 70.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Tiempo en el cargo | | |
| 0 a 3 años | 6 | 60.00 |
| 4 a 6 años | 2 | 20.00 |
| 7 años a mas | 2 | 20.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

Tabla 2.

Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

| De la Empresa: | N | % |
|---|----|--------|
| Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años) | | |
| 0 a 3 años | 3 | 30.00 |
| 4 a 6 años | 4 | 40.00 |
| 7 años a más | 3 | 30.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Numero de colaboradores | | |
| 1 a 5 | 6 | 60.00 |
| 6 a 10 | 2 | 20.00 |
| 11 a más | 2 | 20.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Objetivo de la empresa | | |
| Generas ganancias | 3 | 30.00 |
| Subsistencia | 6 | 60.00 |
| Autoempleo | 1 | 10.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

| Gestión de calidad en atención al cliente | N | % |
|---|----|--------|
| Termino gestión de calidad | | |
| Si | 7 | 70.00 |
| No | 3 | 30.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Técnicas modernas de gestión que aplica | | |
| Benchmarking | 1 | 10.00 |
| Empowerment | 2 | 20.00 |
| Las 5 S | 0 | 0.00 |
| Outsorsing | 0 | 0.00 |
| Otros | 6 | 60.00 |
| Ninguno | 1 | 10.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Dificultades en la implementación de la Gestión de calidad | | |
| Poca iniciativa | 3 | 30.00 |
| Aprendizaje lento | 0 | 0.00 |
| No se adapta a los cambios | 4 | 40.00 |
| Desconocimiento del puesto | 0 | 0.00 |
| Otros | 3 | 30.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Técnicas para medir el rendimiento del personal | | |
| La observación | 10 | 100.00 |
| La evaluación | 0 | 0.00 |
| La escala de puntuaciones | 0 | 0.00 |
| Evaluación 360° | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa | | |
| Si | 7 | 70.00 |
| No | 3 | 30.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Continúa...

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

| Gestión de calidad en atención al cliente | N | % |
|--|----|--------|
| Atención que brinda a sus clientes es | | |
| Excelente | 0 | 0.00 |
| Buena | 8 | 80.00 |
| Regular | 2 | 20.00 |
| Mala | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Número de reclamos de los clientes | | |
| 1 a 10 | 6 | 60.00 |
| 11 a 20 | 0 | 0.00 |
| 21 a más | 0 | 0.00 |
| ninguno | 4 | 40.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| La atención al cliente se realiza de forma | | |
| Rápida | 2 | 20.00 |
| Lenta | 0 | 0.00 |
| Normal | 8 | 80.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Los trabajadores cuentan con la información acerca de los productos | | |
| Si | 10 | 100.00 |
| No | 0 | 0.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes | | |
| Si | 8 | 80.00 |
| No | 2 | 20.00 |
| Total | 10 | 100.00 |
| Atención al cliente permite el posicionamiento | | |
| Si | 8 | 80.00 |
| No | 2 | 20.00 |
| Total | 10 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1.

Características generales de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas

El 60.00% de los representantes de las MYPE tienen entre 31 a 50 años (Tabla 01), estos resultados concuerdan con los resultados encontrados por Hernández (2015) quienes descubrieron que el 40% de los representantes tienen una edad de 30 a 40 años, de la misma manera coincide con Ríos (2014) quien expresa que el 35% de los representantes tienen una edad de 35 a 44 años, igual que Zuniga (2014) quien encontrar que el 38% de los representantes tienen entre 36 a 45 años. Sin embargo, estos resultados contrarrestan con Atravero (2015) quien menciona que el 60% tiene una edad entre los 18 y 30 años, al igual que Baca (2014) que hace referencia a la mitad de los representantes tienen entre 18 y 30 años. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, están dirigidas por personas adultas, emprendedoras que cuentan con el conocimiento necesario para poder dirigir y administrar un negocio, porque ya conocen el mercado, el funcionamiento de su negocio y sobre todo tienen claro su objetivo.

El 70.00% de los representantes de las MYPE son del género masculino (Tabla 01), estos resultados coinciden con Hernández (2015) quien encontró que el 66,7% de los representantes son de género masculino, de igual manera coincide con Ríos (2014) quien determino que el 65% de las representantes de las micro y pequeñas empresas son del género masculino, del mismo modo coincide con Zuniga (2014) quien manifiesta que el 68% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, del mismo modo con Baca (2014) el cual menciona que el 50% son de género masculino. Pero se contrastan con Atravero (2015) el cual no muestra que el 60% son del género femenino. Estos resultados estarías demostrando que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas

empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, están dirigidas por varones lo que denota que en nuevo Chimbote existe una tendencia de que los varones estén abocados a casi todo tipo de negocio mientras las mujeres en su mayoría a negocios comunitarios, sociales y cuidado personal.

El 60.00% de los representantes de las MYPE tiene superior universitario (Tabla 01), Lo que coinciden con los resultados encontrados por Atravero (2015) quien manifiesta que el 80% tienen grado de instrucción universitaria. Pero se contrasta con Ríos (2014) quien manifiesta que el 60% de los tienen grado de instrucción no universitaria, de manera similar con Baca (2014) el cual menciona que el 71% tienen grado superior no universitario. Pero estos resultados contrastan con Hernández (2015) que expresa que el 53.3% de los representantes tienen grado de formación secundaria. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, cuentan con profesionales instruidos con muchas capacidades de poder emprender y mantener una empresa, asimismo que ponen en práctica todos sus conocimientos universitarios y lo aplican en sus negocios, están constantemente investigando e innovando.

El 70.00% de los representantes de las MYPE administran su negocio (Tabla 01), esto coincide con Campos (2015) el cual muestra que el 62% de las personas encuestadas eran los administradores de la empresa. Pero se contrasta con Baca (2014) el cual menciona que el 75% son los dueños. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote está dirigida y administrada por sus propios dueños, ya sea por custodiar su patrimonio o por su buena capacidad para dirigir su empresa, se sienten capaces de controlar sus recursos y administrar correctamente todas las actividades a realizarse dentro de su negocio.

El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeña el cargo de 0 a 3 años (Tabla 1), esto contrasta con esto contrasta con Atravero (2015) quien establece que el 70% de los representantes tiene de uno a dos años

en actividad. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote tienen sus representantes que desempeñan el cargo no más de 3 años, debido a que la MYPE tiene no más de 3 años en el mercado y recién se están posicionando.

Tabla 2.

Características de las Micro y pequeñas empresas

El 40.00% de los de las MYPE tiene entre 0 a 3 años de permanencia en el rubro (Tabla 2), esto coincide contrasta con esto contrasta con Ríos (2014) quien muestra que el 50% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 5 a 7 años en el rubro, del mismo modo con Baca (2014) quien manifiesta que el 37,5% tienen más de 7 años en permanencia en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote se están posicionando en el mercado a la vez que son administradas por sus propios dueños y/o representantes legales.

El 60% de las MYPE tiene entre 1 a 5 trabajadores (Tabla 2), estos resultados coinciden con Atravero (2015) el cual muestra que el 90% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores, del mismo modo con Campos (2015) el cual muestra que el 62% de las empresas cuenta con menos de cinco operarios, de la misma manera con Baca (2014) el cual menciona que el 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores. Estos resultados estarían demostrando que la mayoría de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote solo cuentan con el personal necesario de acuerdo al servicio que ofrecen en su negocio, principalmente se basa en el cocinero, el ayudante, la cajera y las dos personas que se encargaran de la atender al público.

El 60.00% de las MYPE fueron creadas para subsistir (Tabla 2), estos resultados contrastan con Baca (2014) el cual menciona que el 100,0% tienen como finalidad generar ganancias, así también con Ríos (2014) el cual menciona que el

45,0% tienen como finalidad generar ganancias para solventar los gastos de su familia. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote fueron creadas por personas emprendedoras con la finalidad de generar ingresos para subsistir.

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad en atención al cliente las Micro y pequeñas empresas

El 70% de los representantes de las MYPE si conocen el significado de gestión de calidad (Tabla 3). Lo que, a su vez, según la teoría de Cortés (2017) las gestiones de la calidad se pueden definir como el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determina la política de la calidad, los objetivos y las responsabilidades y se implantan por medios tales como la planificación, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad en el marco del sistema de la calidad. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote conocen el término gestión de calidad, lo cual les ha permitido lograr que cada uno de los procesos a llevarse a cabo en la actividad que el negocio se dedica, no sea realizada de forma improvisada.

El 60% de los representantes de las MYPE no conocen ninguna técnica de gestión de calidad (Tabla 3) esto contrasta con estos resultados contrastan con Atravero (2015) el cual muestra que el 70,0% utilizan la técnica de mejora continua, de la misma manera con Baca (2014) el cual menciona que el 100,0% aplican la técnica del liderazgo. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, no conocen ningún tipo de técnicas modernas de gestión de calidad, ya que, no buscan mejorar la gestión de su empresa solo se fijan que si existen ingresos la empresa va bien, más no que su administración o sus procesos sean más eficientes y de calidad.

El 40% de los representantes de las MYPE mencionan que no se adaptan a los cambios (Tabla 3). Esto demuestra que las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, cuentan con personal que no se adaptan a la implementación de la gestión de calidad, ya que, no se les ha informado adecuadamente los beneficios que trae consigo su aplicación dentro del negocio.

El 100% de las MYPE afirman conocer técnicas para medir el rendimiento del personal, como la observación (Tabla 3). Esto demuestra que la totalidad de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote tiene como único medio para medir el rendimiento al observar día a día el desenvolvimiento del empleado al realizar sus funciones dentro del negocio, siendo esta la manera más fácil, práctica y económica de evaluación para el representante.

El 70% de los representantes de las MYPE si consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien indica que el 85% de los representantes considera que la gestión de calidad contribuye en el rendimiento de sus negocios. Esto demuestra que las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, considera que aplicar técnicas de gestión de calidad dentro de su empresa es un medio para contribuir a mejorar su rendimiento, fortaleciendo el trabajo en conjunto, cumpliendo de manera eficiente con las exigencias de los clientes.

El 80% de los representantes de las MYPE manifiesta que brindan una buena atención a sus clientes (Tabla 3). Esto demuestra que las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote considera que sus clientes son atendidos de la mejor manera posible, lo que contribuye a que el cliente vuelva a utilizar otra vez el servicio, ya que les agrada el trato amable del personal o las sugerencias que les brindan al momento que hacen sus pedidos.

El 60% de los representantes de las MYPE manifiesta recibido de 1 a 10 reclamos (Tabla 3). Esto demuestra que las MYPE del sector servicios, rubro

restaurantes de Nuevo Chimbote tiene un porcentaje de reclamos considerable, lo cual denota que la atención que brindan a los clientes deberá de seguir mejorándose, a pesar de que las MYPE del caso en estudio están tratando de mejorar su atención al cliente, teniendo en cuenta a la gestión de calidad.

El 80% de los representantes de las MYPE indica que la atención a los clientes fue rápida (Tabla 3). Esto demuestra que las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, brindan una atención rápida dentro del tiempo considerado por los clientes, lo cual le genera satisfacción y la posibilidad de ser recomendado a otras personas para que acudan al negocio.

El 100% de los representantes de las MYPE menciona que sus trabajadores cuentan con la información necesaria acerca de los productos que ofrece en su negocio (Tabla 3). Esto demuestra que la totalidad de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote cuentan con trabajadores que cuentan con la información necesaria acerca de los productos que ofrece en su negocio, lo cual hace posible resolver cualquier tipo de dudas al cliente, ya que, han sido capacitados, informados y comunicados previamente por el representante del negocio.

El 80% de los representantes de las MYPE manifiesta que si aplica la Gestión de Calidad en la atención que brinda a sus clientes (Tabla 3) estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Ríos (2015) quien afirma que el 85% de los representantes brindan servicio de calidad en la atención del cliente. Esto demuestra que las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote aplican gestión de calidad en el servicio de atención al cliente, lo cual contribuye a la imagen y al estatus de la empresa dentro del mercado, manteniendo fidelizados a sus clientes y satisfechos.

El 80% de los representantes de las MYPE indican que la buena atención al cliente si permite lograr que la empresa tenga un posicionamiento en el mercado (Tabla 3). Lo que, a su vez, coinciden con los resultados encontrados por Ríos

(2015) quien afirma que el 50% de las MYPE considera que la buena atención al cliente es un factor principal que genera calidad en el servicio que brindan promoviendo su permanencia en el mercado. Esto demuestra que las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, tienen conciencia de que la buena atención al cliente, les permita posicionarse en el mercado, tener clientes fieles y a la vez el de ser los preferidos por los clientes.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

La mayoría de los representantes legales de las MYPE estudiadas, son las siguientes: Poco más de 2/3 (70%) afirman que los micro empresarios son de género masculino y administran su propio negocio; poco más de la mitad (60%) afirman que sus edades son entre 31 y 50 años, su grado de instrucción es de superior universitaria y vienen desempeñando el cargo de adiestrador de su propio negocio desde 0 a 3 años.

La mayoría (60%) de las MYPE afirman que cuentan con 1 a 5 trabajadores y su objetivo de la creación de la empresa fue para subsistir; y poco menos de la mitad (40%) afirmaron estar en el mercado operando entre 0 a 3 años.

La totalidad (100%) afirman que utilizan la observación para obtener el conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal y, los trabajadores cuentan con la información acerca de los productos: la mayoría (80%) afirman que la atención que brinda a sus clientes es buena, se realiza de forma rápida, aplican gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes, permitiendo el posicionamiento de su empresa en el mercado; poco más de 2/3 (70%) afirman conocer el término “Gestión de Calidad, lo cual, ha contribuido a mejorar el rendimiento de las MYPE; poco más de la mitad (60%) afirman no conocer técnicas modernas de gestión de calidad y que han tenido entre 1 a 10 clientes que han presentado sus reclamos respecto al servicio que brindan; y poco menos de la mitad (40%) afirman que no se adaptan a los cambios, lo cual le ha generado dificultades al personal para la implementación de gestión de calidad en su empresa.

6.2. Recomendaciones

Mejorar el conocimiento de los administradores mediante la capacitación, debido a que sus edades de entre 31 a 50 años, les permite desarrollar sus actividades bien, permitiéndoles a que su negocio crezca, siga en el mercado y ya no solo sea para subsistir, sino, también pueda generar ganancias.

Se recomienda que, si sus MYPE en primera instancia se crearon para subsistir y ya tienen entre 4 a 6 años en el mercado, deben de seguir en el mercado ya con la idea de generar ganancias y seguir teniendo entre 1 a 5 trabajadores, para que se puedan realizar mejor las actividades y esto pueda permitir seguir creciendo en el mercado.

Capacitar a los trabajadores en los conceptos básicos del servicio al cliente, a su vez incentivar la autoestima y confianza en sí mismos, reconociendo todo el trabajo que realizan. Para ello, los empresarios deberán de informarse o asistir a charlas con respecto al servicio al cliente y liderazgo, el cual ayudará a mejorar la realización de actividades de sus colaboradores siendo la atención de sus clientes eficiente.

7. REFERENCIAS

- Aíra, L. (2012). *Principales características del empresario PYME Argentino*. Recuperado el 30 de noviembre del 2016, de <http://www.grandespymes.com.ar/2012/01/06/principales-caracteristicas-del-empresario-pyme-argentino-2/>
- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. (1° ed.) México: Editorial Pearson Educación. Recuperado el 19 de febrero de 2017, de <https://es.slideshare.net/puma197024/administracin-para-emprendedores-1ed-antonio-cesar-amaru-maximiano>
- Atravero, M. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015*.(Tesis Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. *Yarinacocha*, Perú.
- Arana, G.; Camisón, C.; Casadesús, M. y Martianerea, A. (2008). *Gestión de la calidad y competitividad de las empresas de CAVP*. Orkestra – Instituto Vasco de Competitividad – Universidad de Deusto. San Sebastián, País Vasco (España). Recuperado de: <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/orkestra/orkestra07.pdf>
- Atravero, Y. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015*.(Tesis de licenciado en Administración, Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Pucallpa, Perú. Recuperado el 03 de junio del 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043553>
- Baca, J. (2014). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Héroes del distrito de*

Nuevo Chimbote, 2014.(Tesis Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. *Chimbote, Perú.*

Balarezo S., De la Cruz V. y Zambrano, A., (2013). *Manual de atención al cliente.* Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.fad.es/sites/default/files/Manual%20Atenci%C3%B3n%20Cliente.pdf>

Biosca, D. (2013). *Las 20 características que tiene que tener un restaurante para que los clientes repitan.* Recuperado el 15 de Mayo del 2019 de, <https://barradeideas.com/las-20-caracteristicas-que-tiene-que-tener-un-restaurante-para-que-los-clientes-repitan/>

Cabrera, C. (2013). *5 Definiciones de emprendedores ¿Quiénes son?* Recuperado el 17 de junio de 2017, de <https://www.emprendices.co/5-definiciones-de-emprendedores-quienes-son/>

Cárdenas, N. (2010). *Influencia de la informalidad en la Competitividad de la Micro y Pequeña Empresa en la Región Arequipa 2010.* (Tesis de Maestría). Facultad de Derecho, Universidad Católica Santa María, Arequipa, Perú. Recuperado el 10 de marzo de 2017, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1079/micro_pequenaempresa.html

Campos, K. (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015.*(Tesis Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. *Chimbote, Perú.*

Centty, D. (2011). *La inversión en recursos humanos y la competitividad de las micro y pequeñas empresas de la región Arequipa – 2011.* Arequipa, Perú: Fondo de Cultura de la Fundación Nuevo Mundo.

- Cortés, J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015)*. España: Málaga, Editorial ICB S.L. Recuperado el 10 de mayo del 2017 de, https://books.google.com.pe/books?id=RhkWdWAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Dobón, M. (2013). *Tipos de micro emprendimiento*. Recuperado el 19 de setiembre de 2016, de <http://www.gestion.org/economia-empresa/35184/las-ventajas-de-las-microempresas/>
- Gallego, J. (2013). *Las pymes, el motor gripado de España*. Recuperado el 11 de octubre del 2016 de, <http://www.elmundo.es/economia/2013/11/26/52949b0068434137388b457d.html>
- García, A. (2011). *“Gestión de la Calidad” - Comité de Calidad ONSEC*. Instituto Centroamericano de Administración Pública - Área de Gerencia Social. Recuperado de: <http://www.onsec.gob.gt/descargas/calidadgestionpublica/MaterialbaseCursoGestiondeCalidad.pd>
- Guzmán, F. (2016). *Seis errores en la atención al cliente*. Recuperado el 15 de Mayo del 2019 de, <https://www.pqs.pe/tu-negocio/atencion-cliente-evita-errores-frecuentes>
- Hernández, S. (2011). *Fundamentos de Gestión Empresarial*. México, D.F.: Mc.GRAW-Hill. Recuperado el 29 de abril de 2017, de <http://www.academia.edu/16578340/272437730-Fundamentos-de-Gestion-Empresarial>
- Hernández, S. (2015). *Gestión de Calidad, marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza*,

año 2014. (Tesis pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú.

Hernández, F. (2016). *Tipos de restaurantes*. Recuperado el 15 de Mayo del 2019 de, <http://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/>

Herrera, C. y Montoya, L. (2013). *El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización*. [Versión electrónica] . *Punto de vista*. V-IV. N° 7. Recuperado el 22 de marzo de 2017, de https://www.researchgate.net/publication/276317503_El_emprendedor_una_aproximacion_a_su_definicion_y_caracterizacion

Imilce, M. y Wiese, A. (2009). *Una MyPE con calidad. Guía para entender y evaluar un sistema de gestión de la calidad*. (1° ed.). Perú: Nathan Associates. Recuperado el 16 de mayo de 2017, de http://www.cohep.com/contenido/biblioteca/portaldoc200_3.pdf?beb27810269d5ca2bb4786277626f10b

Leandro, C. (2015). *Principales errores que genera la muerte de las pymes en Costa Rica*. Recuperado el 20 de diciembre del 2016 de, <http://www.laprensalibre.cr/Noticias/detalle/10146-principales-errores-que-genera-la-muerte-de-las-pymes-en-costa-rica>

Ley N° 28015 (2003). *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado el 11 de mayo del 2016, de <https://alianzapacifico.net/observatorio-regional-pymes/images/ley-28015.pdf>

Ley N° 30056 (2013). *Nuevas Características de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el 26 de mayo del 2017, de <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/nuevas-caracteristicas-de-las-micro.html>

- Longenecker, J., Petty, W., Palich, L. & Hoy, F. (2012). *Administración de pequeñas empresas: Lanzamiento y crecimiento en iniciativas de emprendimiento*. (16a. ed.). México: Editorial Cengage Learning, S.A. Recuperado el 02 de abril de 2017, de <https://books.google.com.pe/books?id=CswjaBfXHkC&pg=PT192&dq=administracion+para+emprendedores&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjOhJ609dzWAhXdf5AKHZcHA5IQ6AEIQTAF#v=snippet&q=la%20vida&f=false>
- Lebendiker, M. (2015). La 'muerte' de las pymes: ¿Cuánto tiempo duran los pequeños negocios y por qué?. *El Financiero*. Recuperado de, <https://www.elfinancierocr.com/pymes/la-muerte-de-las-pymes-cuanto-tiempo-duran-los-pequenos-negocios-y-por-que/qmkiitysufenhadja3uefsqo5e/story/>
- López, J. (2016). *Fracasan en México 75% de emprendimientos*. *El Financiero*. Recuperado de, <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fracasan-en-mexico-75-de-emprendimientos>
- Marcelo, F. & Vila, V. (2015). *¿Qué tan importantes son las MYPES para la economía del país?* Recuperado el 28 de mayo de 2017, de <http://altavoz.pe/2016/01/11/13329/que-tan-importantes-son-las-mypes-para-la-economia-del-pais-por-francisco-marcelo-y-valeria-vila>
- Manzoni, C. (2017). *El mapa empresarial de un país donde las pymes son las grandes empleadoras*. *La Nación*. Recuperado de, <https://www.lanacion.com.ar/1985790-el-mapa-empresarial-de-un-pais-donde-las-pymes-son-las-grandes-empleadoras>
- Méndez, C. (2009). *Tecnologías y herramientas de gestión*. Caso: Grandes, Medianas y pequeñas empresas en Bogotá. (1° ed.). Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario. Recuperado el 13 de noviembre de

2016, de
https://books.google.com.pe/books?id=_3wKbb40aAgC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Mendoza, V. (2012). *Servicio a clientes, aliado de tu PYME*. Recuperado el 21 de setiembre del 2017 de, <http://expansion.mx/emprendedores/2012/06/27/servicio-a-clientes-aliado-de-tu-pyme>

Ministerio de la Producción. (2012). *Produce capacitará a mypes en gestión de calidad empresarial*. Recuperado el 20 de setiembre del 2017 de, <http://larepublica.pe/01-09-2012/produce-capacitara-mypes-en-gestion-de-calidad-empresarial>

Muñoz, L. (2015). *Falta de clientes: ¿Cómo solucionar el principal problema de las pymes?*. El Economista.es. Recuperado de, <http://www.eleconomista.es/firmas/noticias/7202623/12/15/Falta-de-clientes-Como-solucionar-el-principal-problema-de-las-pymes.html>

Obregón, T. (2015, agosto). Las mypes. *Actualidad Empresarial*, N° 332. Recuperado el 01 de junio del 2017, de http://aempresarial.com/web/revitem/4_17969_74866.pdf

Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de la fuente: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

Pozo, J. (2012). *UF0049: Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo. HOTA0308*. Málaga: IC Editorial. Recuperado el 05 de junio de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=frYzCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
e

- Ramírez, C. y Ramírez, M. (2016). *Fundamentos de Administración*. (4° ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado el 14 de marzo de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=1MW4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Ramos, M. (2014). *Nuevo manual teórico práctico de las MYPEs micro y pequeñas empresas: Texto único ordenado de la ley de impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial*. Lima, Perú.
- Ríos, M. (2015). *Gestión de Calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco, año 2014*. (Tesis pre grado). Universidad Católica Los ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú.
- Silva, E. (2016). *5 estrategias para mejorar la atención al cliente en tu restaurante*. Recuperado el 27 de julio de 2017, de <http://escuelamarketinggastronomico.net/5-estrategias-para-mejorar-la-atencion-al-cliente-en-tu-restaurante/>
- Solis, L. (2015). *Las MIPYMES se están convirtiendo en el motor económico de la economía en Centroamérica. Aun así, enfrentan retos importantes, en especial, el financiamiento*. Recuperado el 25 de noviembre del 2016 de, <http://www.revistasumma.com/diagnostico-de-las-pymes-en-centroamerica/>
- Soto, B. (2013). *Ventajas y desventajas de las pymes*. Recuperado el 04 de mayo de 2017, de <http://www.gestion.org/economia-empresa/34853/ventajas-y-desventajas-de-las-pymes/>
- Thompson, I. (2009). *Definición de cliente*. Conozca cual es la Definición de Cliente para fines de mercadotecnia (Marketing). Recuperado el 05 de

junio de 2016, de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Vega, O. (2011). *Miografía de las MYPE. Cajamarca, Perú*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/orvy/mografia-de-las-mypes-8472724>

Verdú, C. (2013). *13 Características Personales para el Éxito en la Atención al Cliente*. Recuperado el 30 de agosto de 2017, de la fuente: <http://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/>

Vértice. (2010). *Atención al cliente*. Málaga, España: Editorial Vértice. Recuperado el 02 de agosto de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=SMcDP4U5z_AC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Zúñiga, L. (2014). *Caracterización de la calidad del servicio y del impacto en la fidelización de los clientes de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de huanchaco, año 2014*.(Tesis pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huanchaco, Perú

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades.

| ACTIVIDADES | SEMANAS | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| Título de la investigación | X | | | | | | | | | | | | | | |
| Hoja de firma de jurado y asesor | X | | | | | | | | | | | | | | |
| Hoja de Agradecimiento | X | | | | | | | | | | | | | | |
| Hoja de Dedicatoria | X | | | | | | | | | | | | | | |
| Resumen | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Abstract | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Contenido | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Introducción | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión de la literatura | | | X | | | | | | | | | | | | |
| Antecedentes | | | X | | | | | | | | | | | | |
| Bases teóricas | | | X | | | | | | | | | | | | |
| Marco conceptual | | | | X | | | | | | | | | | | |
| Hipótesis | | | | X | | | | | | | | | | | |
| Metodología | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Diseño de la investigación | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Población y muestra | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Definición y operacionalización de la variable | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Técnicas e instrumentos | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Plan de análisis | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Matriz de consistencia | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Principios éticos | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Resultados de la Investigación | | | | | | X | | | | | | | | | |
| Tablas | | | | | | X | | | | | | | | | |
| Análisis de resultados | | | | | | | X | X | | | | | | | |
| Conclusiones, recomendaciones y anexos | | | | | | | | | X | | | | | | |
| Presentación del informe final de investigación, artículo científico y ponencia | | | | | | | | | | X | X | X | X | X | X |

Anexo 2. Recursos Necesarios

- Recurso humano.
- Recurso económico.
- Computadora.
- Unidades de almacenamiento (USB).

Presupuesto

| RUBRO | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|--------------------|-------------|----------------|-------------|
| Bienes de consumo: | | | |
| Hojas Bond A4 | 50 unidades | S/. 0.10 | S/.5.00 |
| USB 2gb | 01 unidad | S/. 32.00 | S/. 32.00 |
| Lapicero | 02 unidad | S/. 0.50 | S/. 1.00 |
| TOTAL BIENES | | | S/ 38.00 |
| Servicios: | | | |
| Internet | 60 horas | S/. 1.00 | S/. 60.00 |
| TOTAL SERVICIOS | | | S/ 60.00 |
| TOTAL | | | S/ 98.00 |

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante

Anexo 3. Población

| Nº | Razón Social | Dirección | Representante |
|----|---|---|----------------------|
| 01 | RESTAURANTE “MOLLEJITAS NORTEÑAS” | San Rafael I-4 Lt. 22 | Elena Herrera |
| 02 | RESTAURANTE “GITANO” | Urb. Pacifico Mz. D Lt.5 | Carlos Malaspina |
| 03 | RESTAURANTE “MISKI MIKUY” | Av. Argentina Mz. J1-15- Santa Rosa | Julia Lescano |
| 04 | RESTAURANTE “POLLERIA NAPOS” | Avenida Pacífico N° 370 | Carlos Quiroz Arroyo |
| 05 | RESTAURANTE “RICO CHIMBOTE” | Urb. Santa Cristina Mz. A Lt. 4 | Piero Tolentino |
| 06 | RESTAURANTE “CESAR’S” | Av. Pacífico N° 377 | César Águila |
| 07 | RESTAURANTE “CHOLITO LINDO” | Av. Argentina Mz. A2 Lt. 4 | Sergio Ponce |
| 08 | RESTAURANTE “BRANDY’S” | Av. Pacífico | Milagros Díaz |
| 09 | RESTAURANTE “LA TRANQUERA” | Santa Rosa J 19 Av. Argentina | Sergio Villar |
| 10 | RESTAURANTE “LA VERA PIZZA” | Av. Argentina 1° cuadra Mz. E Lt. 1 Los Cipreses | Piero Gonzales |



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **“Gestión de Calidad en la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, Nuevo Chimbote, 2016.”**. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. ¿Cuál es el cargo que desempeña dentro de la micro y pequeña empresa?

- a) Administrador
- b) Dueño

5. ¿Hace cuantos años desempeña en el cargo?

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

1.2.REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

6. ¿Cuántos años tiene de permanencia la empresa en el rubro?

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

7. ¿Cuántos trabajadores tiene la empresa?

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

8. ¿Cuál es el objetivo de creación de la empresa?

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia
- c) Autoempleo

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

9. ¿Conoce el término “Gestión de Calidad”?

- a) Si
- b) No

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

- a) Benchmarking
- b) Empowerment
- c) Las 5 S
- d) Outsourcing
- e) otros
- f) ninguna

11. ¿Qué dificultades tiene el personal para 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

12. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

- a) Observación
- b) Evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) otros

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

- a) si
- b) no

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

14. La atención que brinda a sus clientes es:

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular

d) Mala

15. Número de reclamos de los clientes respecto a la atención que brinda sus trabajadores

a) 1 a 10

b) 10 a 20

c) 20 a más

d) Ninguno

16. La atención al cliente se realiza de forma:

a) rápida

b) lenta

c) normal

17. ¿Sus trabajadores cuentan con la información acerca de los productos que ofrece su negocio?

a) Si

b) No

18. ¿Aplica la gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes?

a) Si

b) No

19. ¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?

a) Si

b) No

Anexo 5. Hoja de tabulación.

| Pregunta | Respuesta | Tabulación | n | % |
|--|---------------------------|------------|----|-------|
| 1. Edad | 18 - 30 años | | 0 | 0,0 |
| | 31 - 50 años | NI I | 6 | 60,0 |
| | 51 a más años | III | 4 | 40,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 2. Género | Masculino | NI II | 7 | 70,0 |
| | Femenino | III | 3 | 30,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 3. Grado de instrucción | Sin Instrucción | | 0 | 0,0 |
| | Educación básica | II | 2 | 20,0 |
| | Superior no universitaria | II | 2 | 20,0 |
| | Superior universitaria | NI I | 6 | 60,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 4. ¿Cuál es el cargo que desempeña dentro de la micro y pequeña empresa? | Administrador | NI II | 7 | 70,0 |
| | Dueño | III | 3 | 30,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 5. ¿Hace cuantos años desempeña en el cargo? | 0 - 3 años | NI I | 6 | 60,0 |
| | 4 - 6 años | II | 2 | 20,0 |
| | 7 a más años | II | 2 | 20,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 6. ¿Cuántos años tiene de permanencia la empresa en el rubro? | 0 - 3 años | III | 4 | 40,0 |
| | 4 - 6 años | III | 3 | 30,0 |
| | 7 a más años | III | 3 | 30,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 7. ¿Cuántos trabajadores tiene la | 1 - 5 trabajadores | NI I | 6 | 60,0 |

| | | | | |
|---|-----------------------|--------|----|-------|
| empresa? | 6 - 10 trabajadores | II | 2 | 20,0 |
| | 11 a más trabajadores | II | 2 | 20,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 8. ¿Cuál es el objetivo de creación de la empresa? | Generar ganancia | III | 3 | 30,0 |
| | Subsistencia | III 1 | 6 | 60,0 |
| | Autoempleo | I | 1 | 10,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 9. ¿Conoce el término “Gestión de Calidad”? | Si | III II | 7 | 70,0 |
| | No | III | 3 | 30,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 10. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce? | Benchmarking | I | 1 | 10,0 |
| | Empowerment | II | 2 | 20,0 |
| | Las 5S | | 0 | 0,0 |
| | Outsorsing | | 0 | 0,0 |
| | Otros | I | 1 | 10,0 |
| | Ninguna | III I | 6 | 60,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 11. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad? | Poca Iniciativa | III | 3 | 30,0 |
| | Aprendizaje lento | | 0 | 0,0 |
| | No se adaptan a los | III | 4 | 40,0 |

| | | | | |
|---|----------------------------|-----|----|-------------|
| | cambios | | | |
| | Desconocimiento del puesto | | 0 | 0,0 |
| | Otros | III | 3 | 30,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 12. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce? | Observación | III | 10 | 100,0 |
| | Evaluación | | 0 | 0,0 |
| | Escala de Puntuaciones | | 0 | 0,0 |
| | Evaluación de 360° | | 0 | 0,0 |
| | Otros | | 0 | 0,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 13. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio? | Si | II | 7 | 70,0 |
| | No | III | 3 | 30,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| | | | | Continúa... |
| 14. La atención que brinda a sus clientes es | Excelente | | 0 | 0,0 |
| | Buena | III | 8 | 80,0 |
| | Regular | II | 2 | 20,0 |
| | Mala | | 0 | 0,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 15. Número de reclamos de los clientes respecto a la atención que | 1 a 10 | II | 6 | 60,0 |

| | | | | |
|--|----------|-----|----|-------|
| brindan sus trabajadores | 11 a 20 | | 0 | 0,0 |
| | 21 a más | | 0 | 0,0 |
| | Ninguno | III | 4 | 40,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 16. La atención al cliente se realiza de forma | Rápida | III | 8 | 80,0 |
| | Lenta | | 0 | 0,0 |
| | Normal | II | 2 | 20,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 17. ¿Sus trabajadores cuentan con la información acerca de los productos que ofrece su negocio? | Si | III | 10 | 100,0 |
| | No | | 0 | 0,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 18. ¿Aplica la gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes? | Si | III | 8 | 80,0 |
| | No | II | 2 | 20,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |
| 19. ¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado? | Si | III | 8 | 80,0 |
| | No | II | 2 | 20,0 |
| | Total | 10 | 10 | 100,0 |

Anexo 6. Figuras

1. Respecto al objetivo específico 1: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

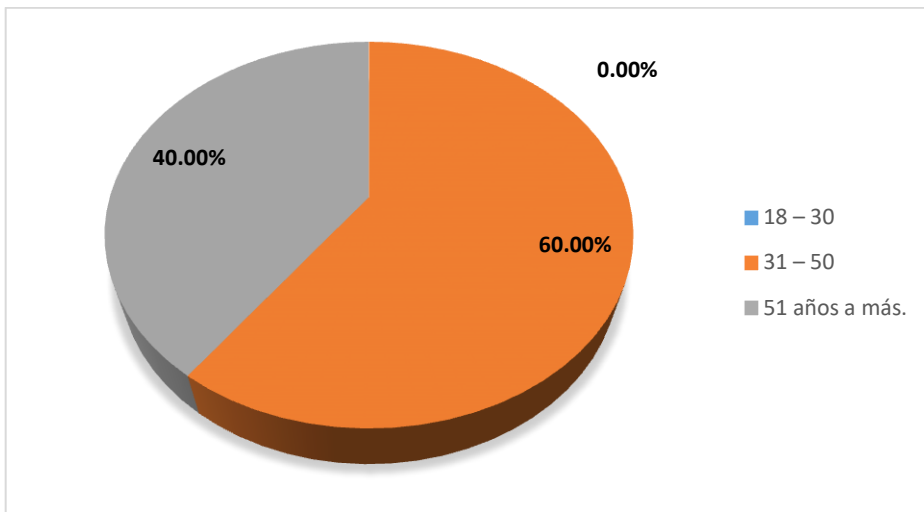


Figura 1. Edad del representante.

Fuente. Tabla 1.

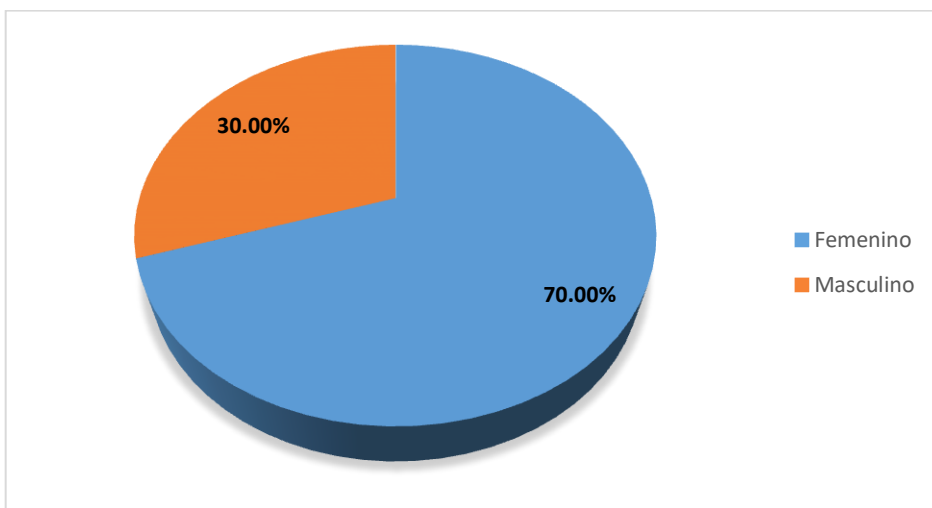


Figura 2. Género del representante.

Fuente. Tabla 1.

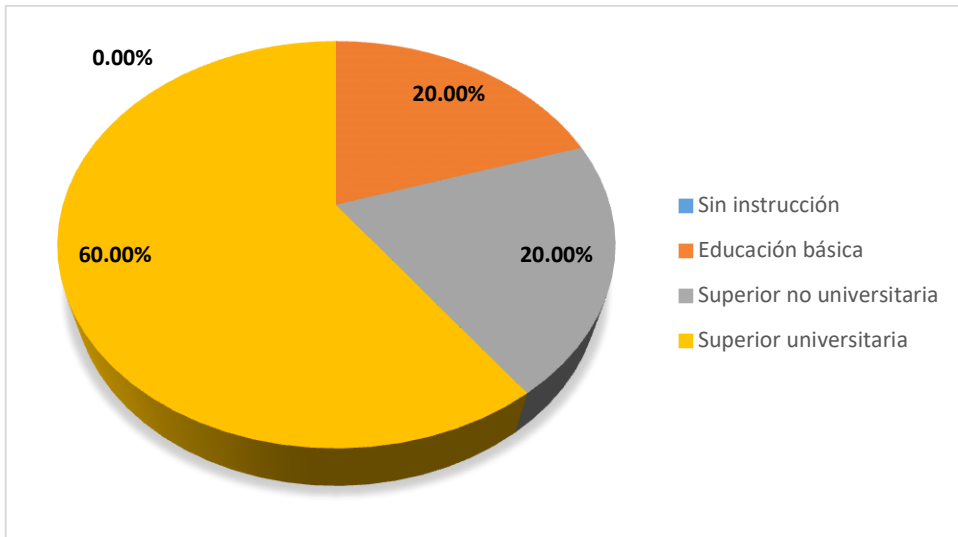


Figura 3. Grado de Instrucción del representante.

Fuente. Tabla 1.

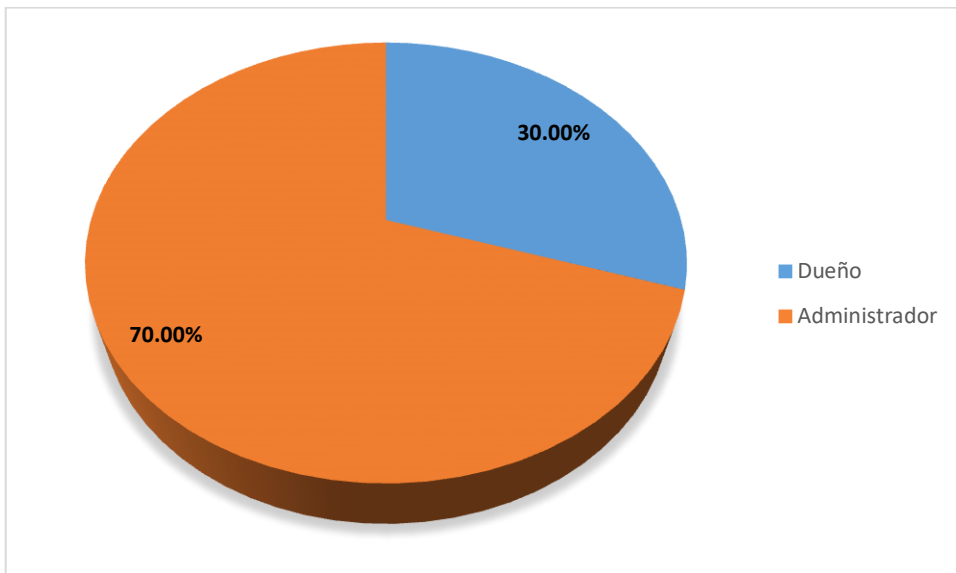


Figura 4. Cargo que desempeña el representante.

Fuente. Tabla 1.

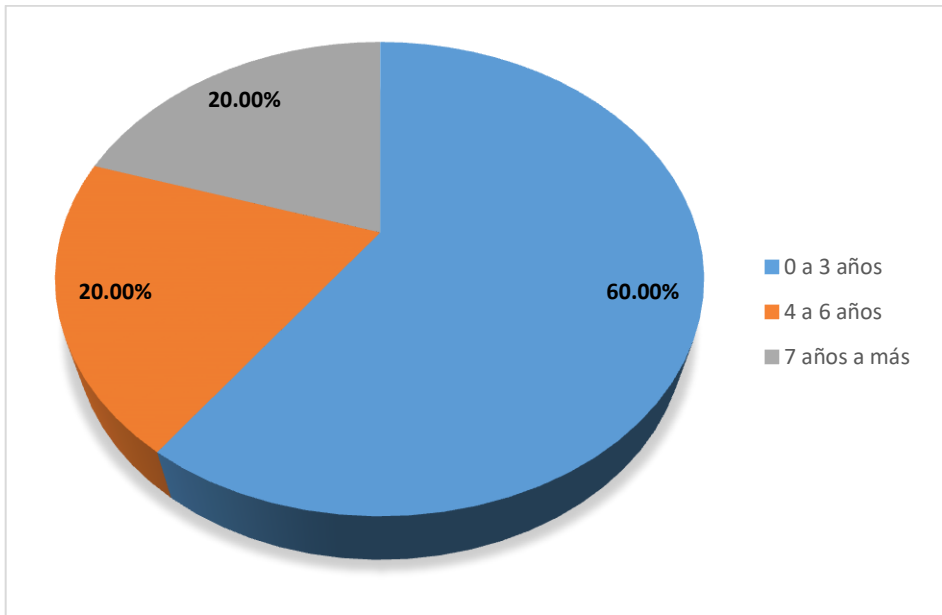


Figura 5. Tiempo que desempeña el representante el cargo.

Fuente. Tabla 1.

2. Respecto al objetivo específico 2: Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de nuevo chimbote, 2016.

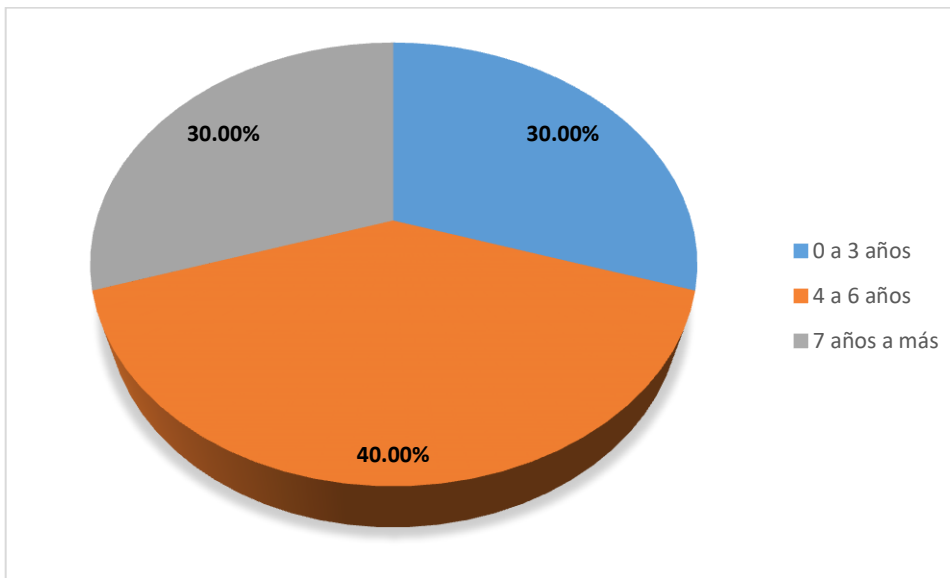


Figura 6. Tiempo de permanencia de la micro y pequeña empresa en el rubro.

Fuente. Tabla 2

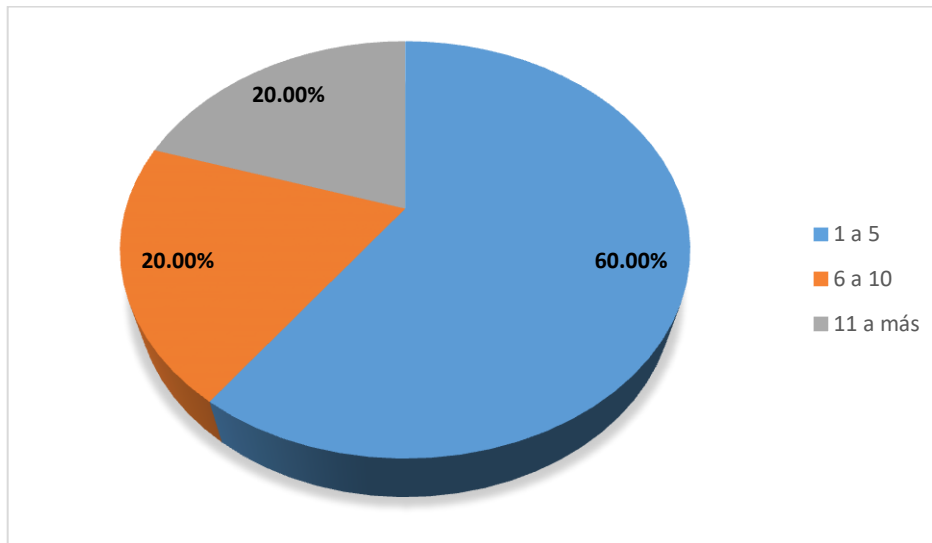


Figura 7. Número de trabajadores que tiene la micro y pequeña empresa.

Fuente. Tabla 2.

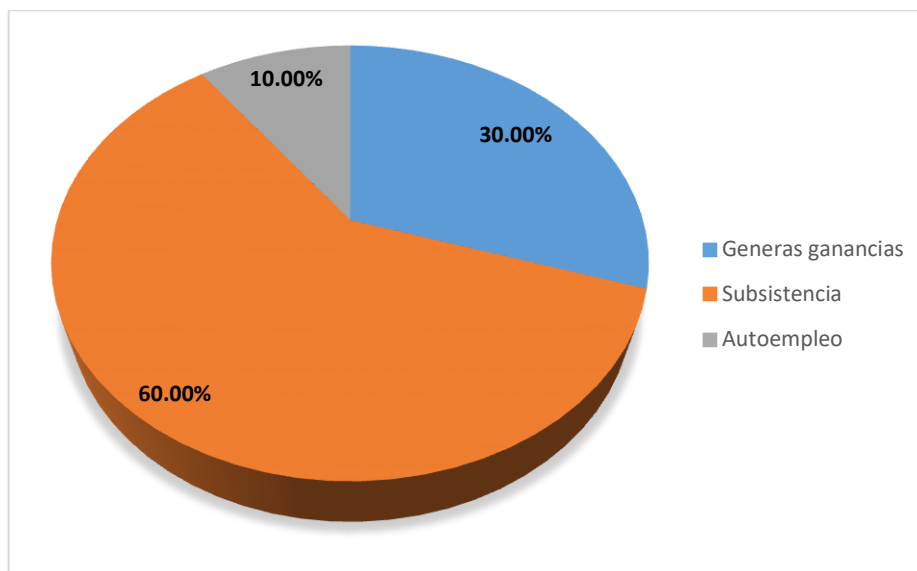


Figura 8. Objetivo de creación de la micro y pequeña empresa.

Fuente. Tabla 2.

3. Respecto al objetivo específico 2: Describir las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016.

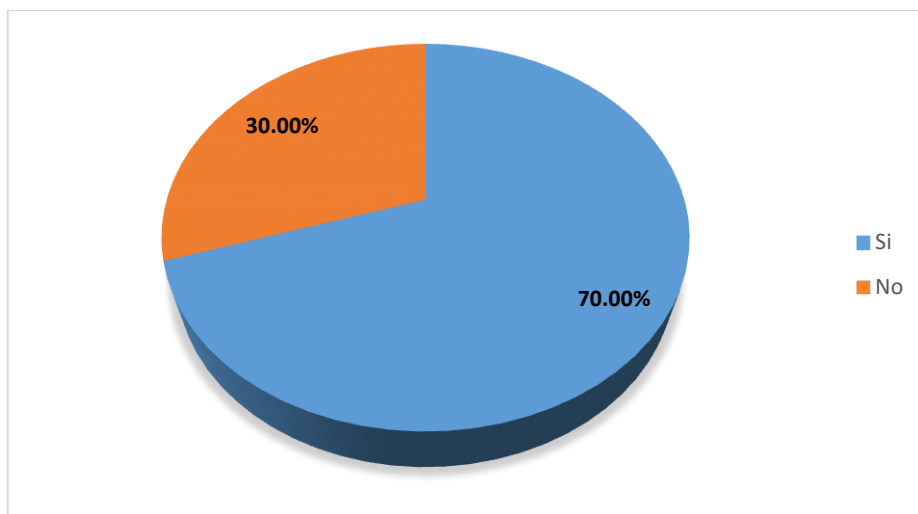


Figura 9: Conoce el término Gestión de Calidad.

Fuente. Tabla 3

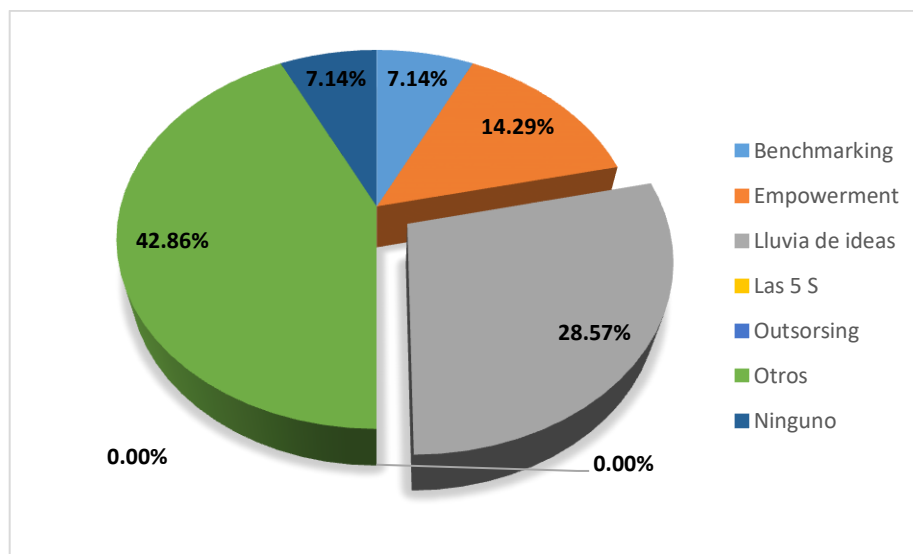


Figura 10. Técnicas de Gestión de Calidad conoce la micro y pequeña empresa.

Fuente. Tabla 3

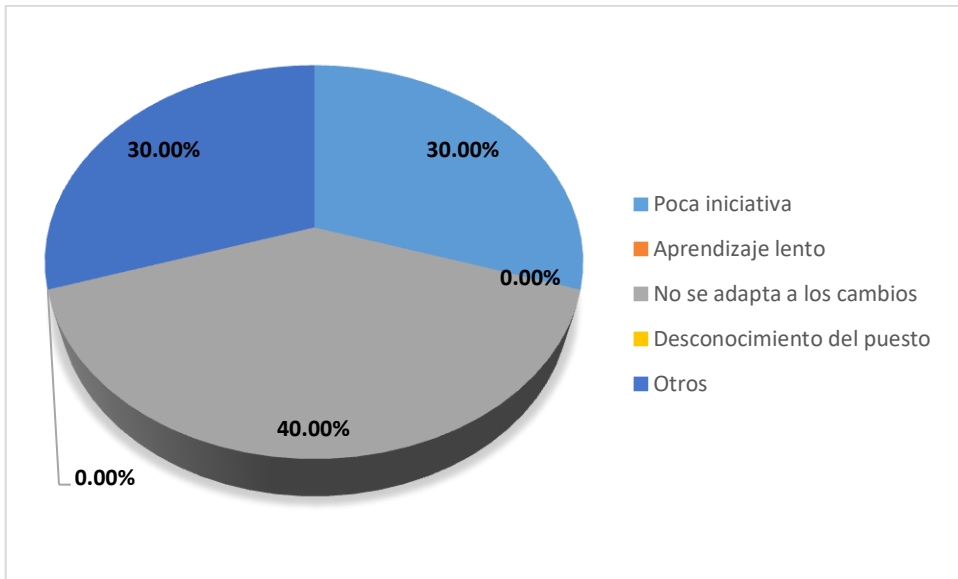


Figura 11. Dificultades para su implementación por parte de su personal para la implementación de gestión de calidad en su empresa.

Fuente. Tabla 3

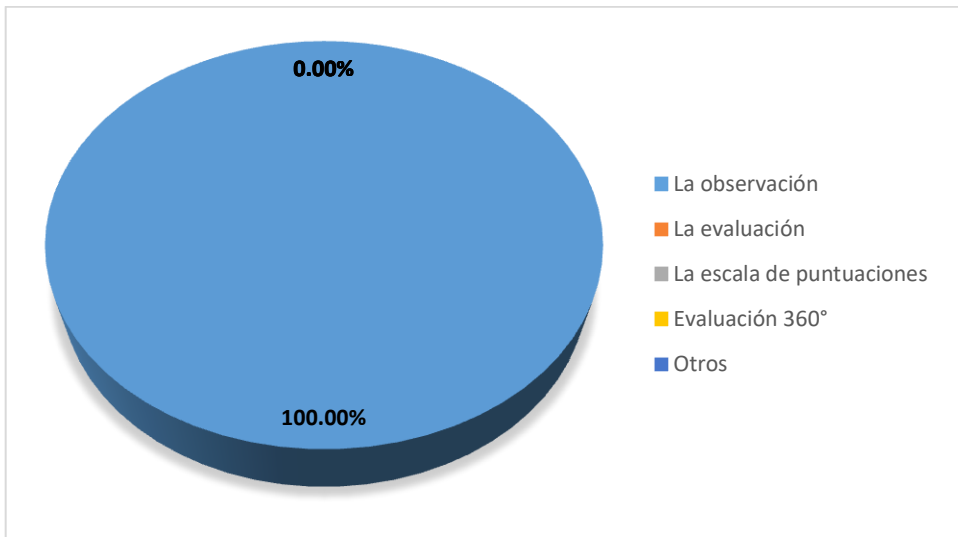


Figura 12. Técnicas de medición del rendimiento al personal.

Fuente. Tabla 3

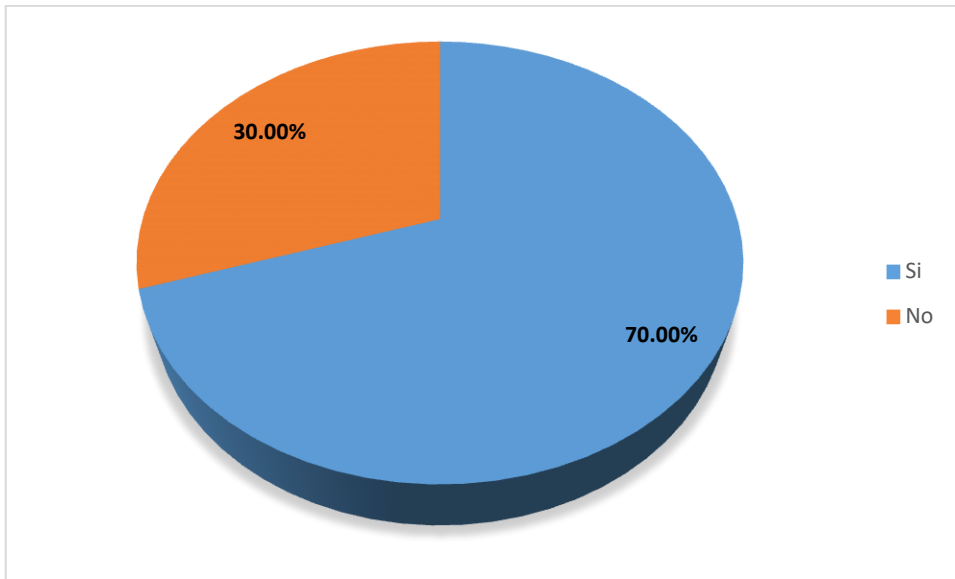


Figura 13. La Gestión de Calidad mejora el rendimiento del negocio.

Fuente. Tabla 3

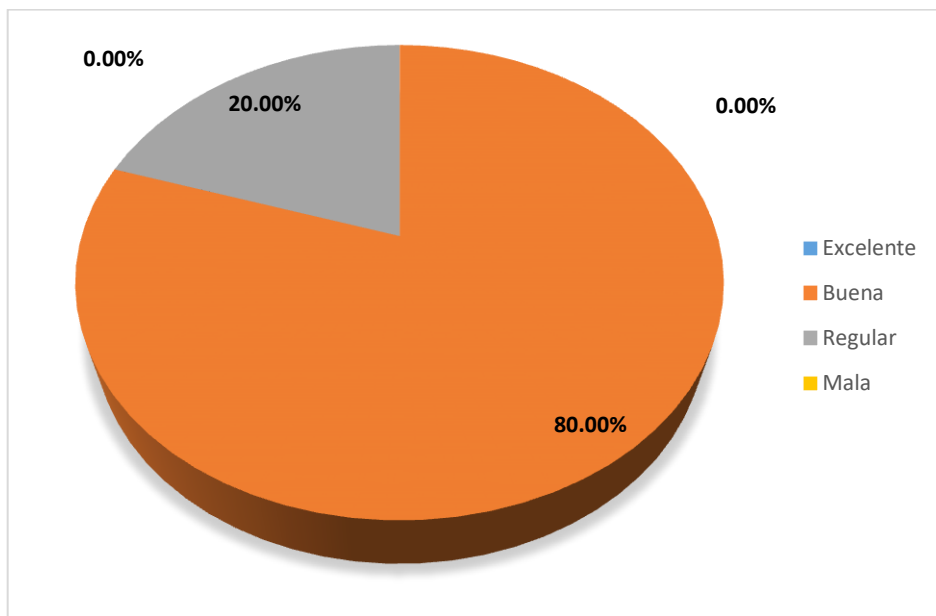


Figura 14. La atención que brinda a sus clientes.

Fuente. Tabla 3

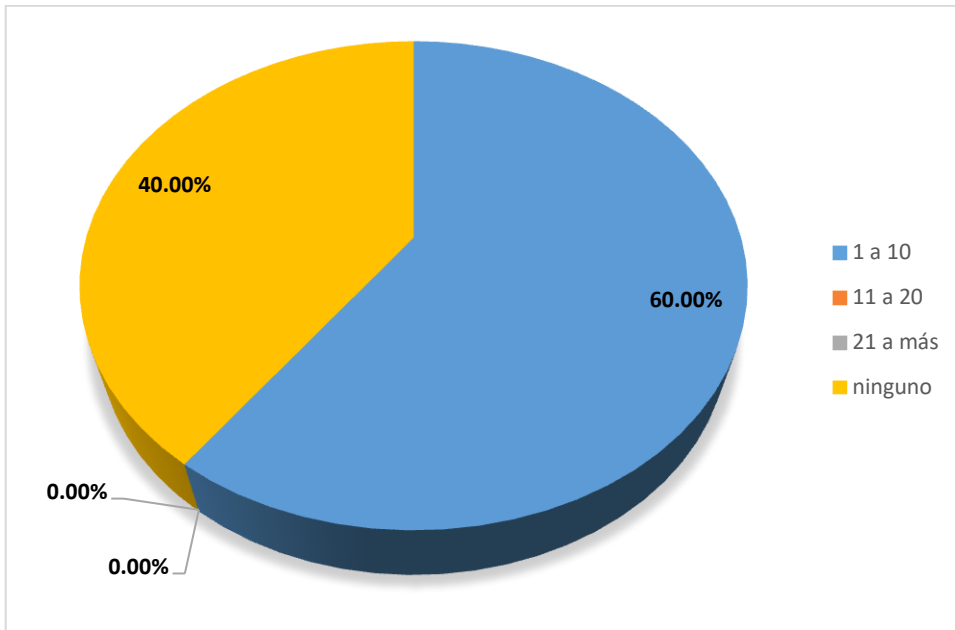


Figura 15. Número de reclamos de los clientes respecto a la atención.

Fuente. Tabla 3

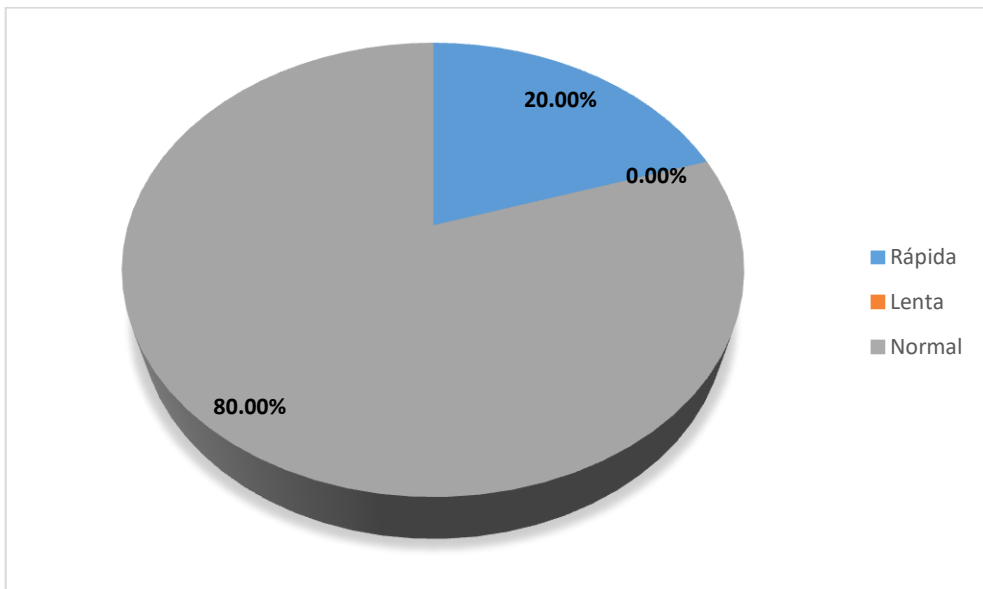


Figura 16. La atención al cliente se realiza de forma.

Fuente: Tabla 3.

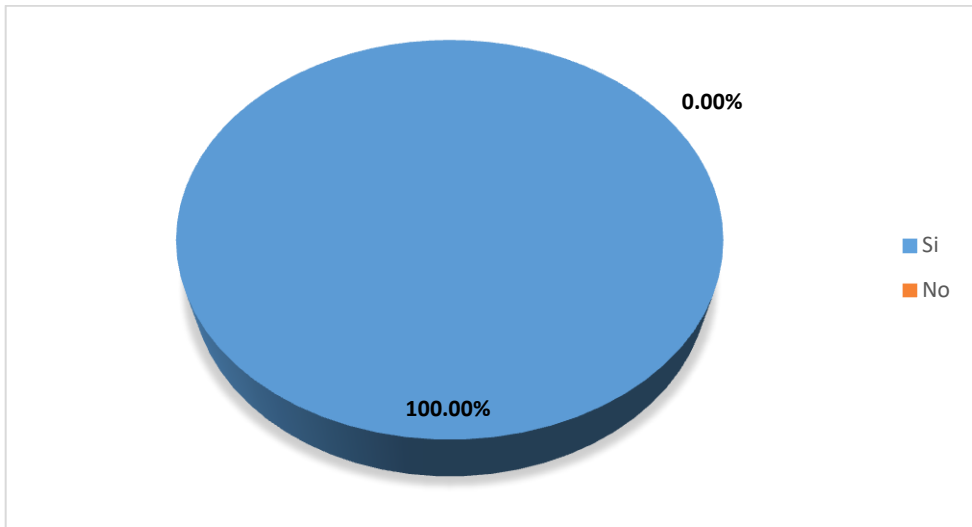


Figura 17. Los trabajadores cuentan con la información acerca de los productos.

Fuente: Tabla 3.

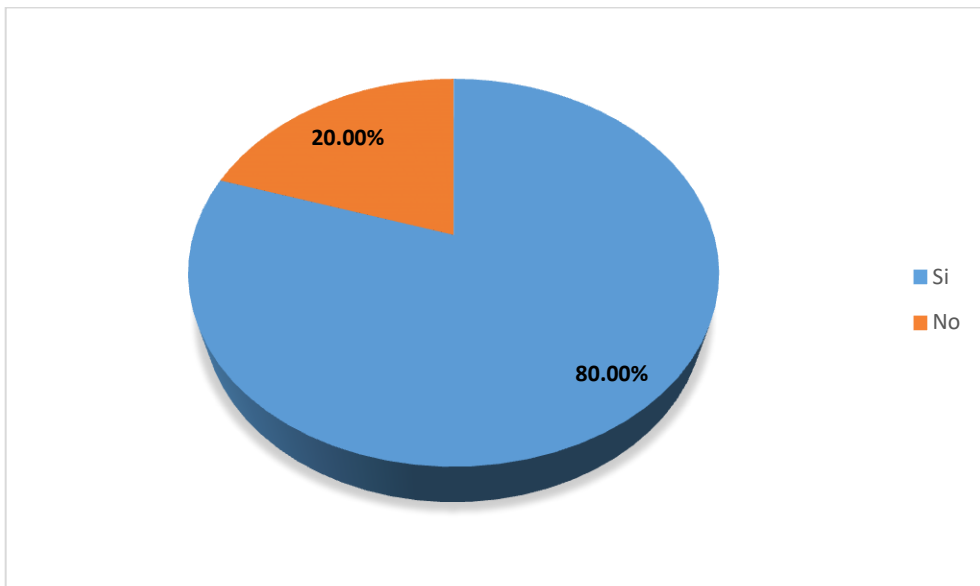


Figura 18. Gestión de calidad en la atención al cliente.

Fuente. Tabla 3

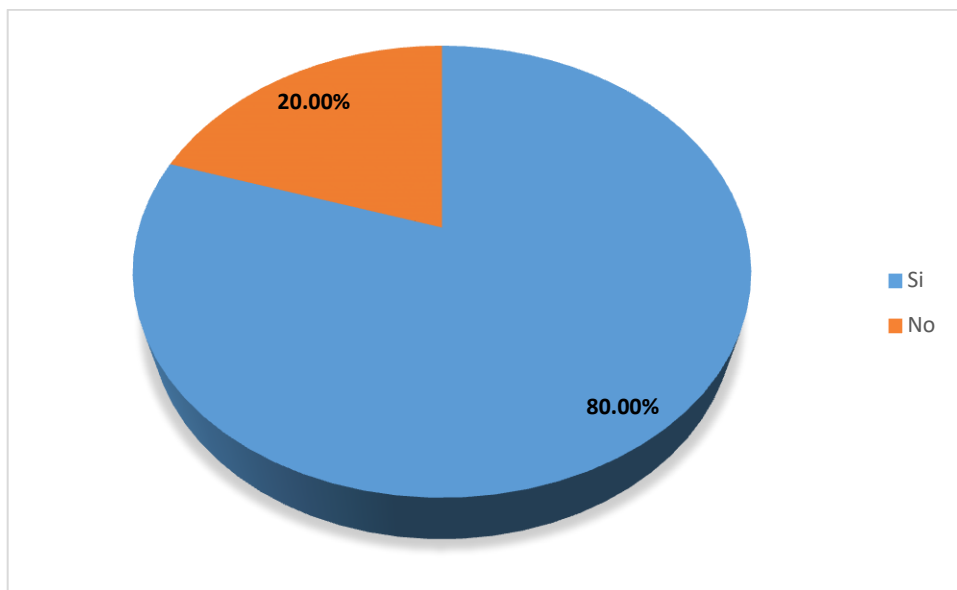


Figura 19. La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa.

Fuente: Tabla 3.