



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR SERVICIOS,
RUBRO RESTAURANTES EN EL P.J. EL PROGRESO,
CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR:

BR. FERNANDEZ CUEVA, MAE ROXANA
ORCID: 0000-0002-0302-5081

ASESOR:

DR. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO
ORCID: 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE - PERÚ
2019**

EQUIPO DE TRABAJO

Br. Fernández Cueva Mae Roxana

ORCID ID orcid.org/0000-0002-0302-5081

Autor

Dr. Centurión Medina Reinerio Zacarias

ORCID ID orcid.org/0000-0002-6399-5928

Asesor

JURADO

Mgtr. Morillo Campos Yuly Yolanda

ORCID ID orcid.org/0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID ID orcid.org/0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre Julio Cerna

ORCID ID orcid.org/0000-0002-5471-4549

Secretario

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a **DIOS** por ser quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto, el que en todo momento está conmigo ayudándome a aprender de mis errores, bendiciéndome en cada triunfo de mi caminar y ser mi guía en el destino de mi vida.

A mis procreadores, por ser los principales motores de mis sueños, gracias a ellos por confiar y creer en mí, gracias a mi madre por su apoyo incondicional y por cuidar de mi pequeño hijo como la joya más valiosa que pueda tener, gracias a mi padre por siempre desear y anhelar siempre lo mejor para mi vida, gracias por cada consejo y por cada una de sus palabras.

DEDICATORIA

A **DIOS** por haberme dado la vida,
brindarme salud e inspirar mi espíritu
para la realización de este estudio;
por brindarme salud y bendición para
alcanzar mis metas.

A mis amados padres, esposo y a la
luz que Dios puso en mi vientre
para darme la mayor alegría de mi
vida.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017; fue de diseño no experimental transversal, donde se determinó una población y muestra de 10 y se aplicó un cuestionario de 21 preguntas y se obtuvo los siguientes resultados: 50% tiene entre 31 a 50 años, 80% sexo femenino, 70% instrucción secundaria, 80% son dueños, 40% tienen en el cargo y rubro de 7 años a más, 100% tiene de 1 a 5 trabajadores, 70% familiares, 100% conoce el término gestión de calidad y tuvo como objetivo de la creación generar ganancia, 60% aplica el liderazgo como técnica moderna de la gestión de la calidad; 100% utiliza técnica de observación como medición del rendimiento personal, reconoce que la gestión de la calidad mejora el rendimiento del negocio y que la gestión de la calidad ayuda alcanzar objetivos y metas trazadas; conoce el término atención al cliente; manifiesta que la atención que brinda al cliente es buena; cree que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos. Por ello se concluye que la mayoría de las MYPE aplica Gestión de Calidad en atención al cliente, por ser una estrategia vital y fundamental para que éste regrese al establecimiento y al mismo tiempo lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado.

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

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the characteristics of quality management in customer service in micro and small businesses, services sector, restaurants in the P.J. El Progreso, Chimbote, 2017; It was a non-experimental cross-sectional design, where a population and sample of 10 were determined and a questionnaire of 21 questions was applied and the following results were obtained: 50% have between 31 to 50 years, 80% female sex, 70% secondary education, 80% are owners, 40% are in the position and heading from 7 years to more, 100% have 1 to 5 workers, 70% family members, 100% know the term quality management and aimed to create profit, 60% apply leadership as a modern technique of quality management; 100% use observation technique as a measure of personal performance, recognize that quality management improves business performance and that quality management helps achieve objectives and goals set; know the term customer service; states that the customer service is good; He believes that the company is efficient when it deals with and resolves complaints. Therefore, it is concluded that the majority of the MYPE applies Quality Management in customer service, as it is a vital and fundamental strategy for the latter to return to the establishment and at the same time achieve the positioning of the company in the market.

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

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de Trabajo	ii
3. Hoja de jurado evaluador.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	5
III. HIPÓTESIS	29
IV. METODOLOGÍA.....	30
4.1. Diseño de la Investigación.....	30
4.2. Población y Muestra	30
4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	31
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
4.5. Plan de análisis	34
4.6. Matriz de consistencia	35
4.7. Principios éticos.....	36
V. RESULTADOS	38
5.1. Resultados	38
5.2. Análisis de resultados.....	43
VI. CONCLUSIONES.....	50
Referencias	52
Anexos	56

Índice de Tablas y Figuras

Tablas

Tabla 1.	Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017	38
Tabla 2.	Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017	39
Tabla 3.	Características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017	40
Tabla 4.	Propuesta mejora de la Gestión de Calidad en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017	42

Figuras

Figura 1. Edad	63
Figura 2. Género.....	63
Figura 3. Grado de Instrucción.....	64
Figura 4. Cargo que desempeña	64
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	65
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro	65
Figura 7. Número de trabajadores.....	66
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa.....	66
Figura 9. Objetivo de la creación	67
Figura 10. Conoce el término gestión de la calidad	67
Figura 11. Qué técnicas modernas de la gestión de la calidad conoce.....	68
Figura 12. Qué técnicas de medición del rendimiento conoce.....	68
Figura 13. La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	69
Figura 14. La gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización.....	69
Figura 15. Conoce el término atención al cliente.....	70
Figura 16. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda sus clientes	70
Figura 17. Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	71
Figura 18. La atención que brinda al cliente es.....	71
Figura 19. Porque considera usted que está dando una mala atención al cliente	72
Figura 20. Cree usted que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes	72
Figura 21. Cree usted que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.....	73

I. INTRODUCCIÓN

En cualquier territorio del mundo las Micro y Pequeñas empresas; en adelante (MYPE) son objeto de estudio por jugar un papel importante en el desarrollo social, económico del país y por motivo de ser fuente generadora de empleo; éstas buscan ser competitivas para permanecer en el mercado, más aún en los mercados internacionalmente, ello debido a que se enfrentan a mercados globales. (Medina & Magno 2008).

En Colombia, las PYME enfrentan problemas de desarrollo como acceso a los mercados, herramientas tecnológicas para mejorar su productividad y contratación de personal altamente capacitado para la implementación de un buen sistema de gestión de calidad. Esto le sirve para que las PYMES enfrenten el gran desafío de reducir estas brechas. (Duque 2014).

En Venezuela, las PYME adolecen de muchas debilidades desde sus recursos financieros, tecnología y ausencia de una gerencia altamente calificada, con visión estratégica basada en conocimientos y ello trae consigo problemas que afectan a su operatividad y competencia y dado que actualmente vivimos en intercambio comercial global es necesario enfrentar los retos y generar cambios a fin de garantizar la productividad operatividad y la competencia. (Mora 2011).

En la ciudad de Chimbote, Pueblo Joven El Progreso, donde se desarrolló el estudio de investigación, se observó que las MYPE del rubro restaurantes, presentan problemas para brindar una buena atención al cliente, por motivos de que el personal que labora no se

encuentran capacitados y desconocen temas referentes a gestión empresarial y calidad de servicio, así también se evidenció que carecen de un plan estratégico administrativo y operativo; debido a que las MYPE se encuentran conformadas por familiares y por ende no se capacitan. Esto trae consigo aplicar una mala práctica y aplicar de manera incorrecta la gestión de calidad, es por ello que los restaurantes de la zona en mención no pueden mantenerse en el mercado por la misma razón de que los microempresarios no establecen de forma clara sus objetivos y no elaboran planes de acción que se encuentren orientados en los logros de sus objetivos para mejorar la satisfacción de sus clientes.

En la actualidad las MYPE son muy importante en la economía del Perú y en todo del mundo, por ser fuente de generación de empleo más que las grandes empresas (Tello, 2014). En Chimbote, el sector servicios rubro restaurantes sufrió un aumento considerable en los últimos años lográndose convertir en oportunidad de desarrollo para nuestro país generando más empleo. Por ello, en la presente investigación lograremos identificar la problemática que existe en la mala atención al cliente, lo que ha logrado que el rubro restaurante permanezca por muy corto tiempo en el mercado, esto debido a la incorrecta selección del personal que realizan los representantes de las MYPE para la atención al cliente, trayendo consigo un servicio deficiente que se ve reflejada en la mala atención y gestión administrativa. Por ello, la importancia de llevarse a cabo el proceso de selección del personal adecuado, a fin de lograr un equipo competitivo y aportar valor a la empresa constituyéndose el inicio de una buena gestión de calidad.

Estos problemas surgen por que la gestión de calidad está conducida y dirigida por los representantes o gerentes de las MYPE que en su mayoría no posee conocimiento sobre

gestión de calidad, implementación de herramientas, estrategias, principios y objetivos; esto es una de las principales razones para que el rubro restaurantes tenga poca permanencia en el mercado. Esto hace que las MYPE fracasen y como resultado tengamos pérdida de dinero, tiempo y empleo; por ello, los empresarios deben implementar estrategias y programas de capacitación al personal, dado que son herramientas privilegiadas que garantizan la continuidad de una excelente atención al cliente y ayudarán a fortalecer la comunicación, mejorar el contacto con los clientes y agregar más valor, desarrollo y crecimiento de la empresa.

Esto conlleva a que los empresarios de hoy en día, actualicen sus conocimientos y atiendan las necesidades de capacitación en su empresa y emprendan estrategias de gestión de calidad que mejoren el servicio para aumentar el número de clientes que acuden a estos lugares, con el fin de aumentar las utilidades y forjar su permanencia en el mercado; por ello planteamos la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017?

Para dar respuesta a este enunciado, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017. De tal manera que, para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de los representantes en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017.

- Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017.
- Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017.

Finalmente se justifica el presente trabajo de investigación porque nos permite determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE en estudio, a través de información precisa, clara y actualizada. Así también, para que los empresarios de hoy en día tomen decisiones con respecto a las mejoras que deberán adoptar para garantizar una excelente atención a los clientes, basado en herramientas de gestión al cliente, gestión visual de sus instalaciones y variedad de sus productos, en la que les permitirá aplicar la gestión de calidad en sus MYPE para ser competitivos y de éxito en los mercados; dicha investigación nos será de gran utilidad y servirá de base para futuras investigaciones sobre aplicación de una gestión de calidad en las MYPE.

En el presente estudio se realizó una investigación de diseño no experimental transversal, donde se determinó una población y muestra de 10 y se aplicó un cuestionario de 21 preguntas y se obtuvo los siguientes resultados: 50% tiene entre 31 a 50 años, 80% sexo femenino, 70% instrucción secundaria, 80% son dueños, 40% tienen en el cargo y rubro de 7 años a más, 100% tiene de 1 a 5 trabajadores, 70% familiares, 100% conoce el término gestión de calidad y tuvo como objetivo de la creación generar ganancia, 60% aplica el liderazgo como técnica moderna de la gestión de la calidad; 100% utiliza técnica de observación como medición del rendimiento personal, reconoce que la gestión de la calidad mejora el rendimiento del

negocio y que la gestión de la calidad ayuda alcanzar objetivos y metas trazadas; conoce el término atención al cliente; manifiesta que la atención que brinda al cliente es buena; cree que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos. Por ello se concluye que la mayoría de las MYPE aplica Gestión de Calidad en atención al cliente, por ser una estrategia vital y fundamental para que éste regrese al establecimiento y al mismo tiempo lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

En investigaciones preliminares a la presente investigación, se han encontrado temas similares al planteado. A continuación, se citan algunas investigaciones relacionadas, que señalan la importancia que tiene las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes.

Sáenz (2016) en su tesis *La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015*. El objetivo del trabajo de investigación fue: describir las principales características de la capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del A.H. Miraflores Alto – Zona de Reubicación de la Ciudad de Chimbote, año 2015. Obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los representantes de las MYPE: El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestados tienen edad promedio entre 31 – 50 años, el 90% son del sexo masculino, el 90% tienen estudios secundarios y superior universitarios, el 100% son dueños y el 90% tienen entre 4 a

más años desempeñando en el cargo. Respecto a las micro y pequeñas empresas: El 90% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 4 a más años de permanencia en el rubro, el 100% son formales, el 100% se creó para generar ganancia, el 90% tiene entre 1 a 3 trabajadores permanentes y el 90% tiene entre 1 a 3 trabajadores eventuales. Respecto a la capacitación: Los empresarios encuestados manifestaron que: el 60% se ha capacitado en los últimos años, el 60% se ha capacitado entre 1 a más veces, el 80% considera a la capacitación como una inversión, el 80% capacitó a su personal en atención al cliente y el 80% sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades. Llegando a la conclusión que la mayoría (90%) de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen edad que promedia entre 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen estudios secundarios y/o universitarios, son los propietarios de dichas empresas y tienen de 4 años a más desempeñándose en el cargo. La mayoría (90%) de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 años a más de permanencia en el rubro, son formales, se crearon para generar ganancias, tiene de 1 a 3 trabajadores permanentes y de 1 a 3 trabajadores eventuales. La mayoría (60%) se ha capacitado en los últimos años, se ha capacitado entre 1 a más veces, considera a la capacitación como una inversión, capacitó a su personal en atención al cliente y sabe que la capacitación permite reducir costos e incrementar utilidades.

Ríos (2015) en su estudio de investigación *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes, del distrito de huanchaco año 2014*. Planteó el objetivo General de Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPES del sector servicios. Llegó a los siguientes resultados: El 65% de representantes son de sexo masculino, El 35% de los representantes legales de las MYPES

encuestadas su edad fluctúa entre 35 a 44. El 60% los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa, El 50% el tiempo en años predomina de 5-7 años, El 90% de las MYPES son formales. El 95% de número de trabajadores permanentes representa la MYPE. El 45% la finalidad por la que se formó la MYPE fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares. El 50%. 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 empresa. El 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. El 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. El 85% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. El 60% de los representantes legales de las MYPES encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000. 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%. El tiempo que que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las MYPES son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. Del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención.

Julián (2015) en su tesis *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes parrillas, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013*. El objetivo del trabajo de investigación fue: Determinar las principales

características de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes parrilla, Casco Urbano del Distrito de Chimbote, año 2013. Obtuvo como resultados: resultados: Referente al representante legal en las micro y pequeñas empresas: El 57%, tienen edad entre 30 a 50 años. El 57% son de sexo Femenino. Referente a las micro y pequeñas empresas: El 100% son formales, El 43% tienen de 6 a 10 empleados, el 57% tienen de 6 años a más de existencia. Referente al financiamiento: El 71% de su personal que labora en su empresa si es competitivo, el 57% afirman que la motivación si es importante para que la empresa sea exitosa, el 71% si capacitan a sus empleados, el 71% afirman que si incrementaron personal en los 2 últimos años, el 57% expresan que si han innovado su producto, el 100% expresan que si se preocupan en brindar una buena satisfacción al cliente, el 71% afirman que si se adecuan a los factores cambiantes, el 57% expresan que su factor de competencia es que planifican sus actividades, el 100% afirman que si cuentan con una certificación de calidad. Concluyendo referente a los representantes legales de las Mypes: La mayoría de los representantes legales en las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector servicio – rubro restaurantes parrilla, casco urbano del distrito de Chimbote, tienen una edad de 30 a 50 años, en su mayoría son del sexo femenino. Referente a las Mypes: En su totalidad, las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector servicio – rubro restaurantes parrilla, casco urbano del distrito de Chimbote son formales, su mayoría relativa poseen de 6 a 10 empleados que laboran en su empresa y en su mayoría manifiestan que tienen de 6 a más años de existencia su empresa. Referente a la competitividad: En su totalidad, las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector servicio – rubro restaurantes parrilla, casco urbano del distrito de Chimbote se preocupa en brindar una buena satisfacción al cliente, así también trabajan con un certificado de calidad. Así mismo la mayoría, de su personal es competitivo; capacitan y motivan a sus empleados para que su empresa sea exitosa, en los 2 últimos años han

incrementado su personal, innovan su producto, adecuándose a los factores externos cambiantes y afirman que planifican sus actividades para ser una empresa competente.

Espinoza (2014) en su estudio de investigación *Caracterización de formalización y Gestión de Calidad de las MYPES comerciales rubro calzado, Piura, 2013*. Planteo como objetivo general: Identificar las principales ventajas de la formalización y el logro de la gestión de la calidad, Y Llego a los siguientes resultados:

Se planteó el siguiente objetivo general Identificar las principales ventajas de la formalización y el logro de la gestión de la calidad, de las MYPES. Llego a los siguientes resultados:

El 56% recibe capacitación para atención al cliente en el rubro de calzado. El 56% creen que la buena atención determina la calidad del servicio. El 63% creen que la empresa basa su crecimiento en las características del servicio que brinda. El 63% respondieron que la empresa utiliza métodos para evaluar la mejora de los procesos, tales como autoevaluaciones y revisiones por parte de la dirección. El 70% respondieron que una buena gestión de calidad genera el éxito de la empresa. El 97% creen que están en constante crecimiento en el mercado. El 97% creen que la empresa trabaja con mecanismos que garantizan la calidad de servicios. El 83% comentaron que sí realizan mediciones de los procesos de la gestión de calidad para determinar que sí se logran los objetivos planificados. El 87% comentaron que sí han facilitado la promoción de políticas y objetivos para incrementar la conciencia, motivación y participación de los servicios en la entidad. El 97 % de los directivos utilizaron métodos correctivos y preventivos para identificar áreas de mejoras. El 67% de la mayoría de los trabajadores respondieron que sí sería una gran ventaja estar formalizados. El 77% de

entrevistados respondieron que la productividad se encuentra en un nivel alto. El 50% respondieron que debe ir de la mano la Gestión de Calidad. Concluye que: Los pequeños empresarios dan a conocer que el enfoque de una buena gestión de calidad basada en planificación les ha permitido alcanzar los objetivos programados, con este proceso de innovación emplearon ventajas competitivas de forma sistemática, las cuales facilitaron una rentabilidad mejorada para su empresa y por ende participan en la cadena productiva, contribuyendo asimismo con los indicadores económicos en la economía peruana.

Beltrán (2014) en su tesis *Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las MYPES del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la capacitación y la gestión de calidad de las MYPES del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014, y se obtuvieron los siguientes resultados. A) respecto a los representantes. El 50,0% de los encuestados en las Mypes de panaderías tienen 31 a 50 años, el 62,5% es de sexo masculino y el 37,5% de los propietarios tiene grado de instrucción secundario. B) respecto a las micro y pequeñas empresas, el 56,3% de las Mypes trabajan informalmente, a la vez que el 50,0% de Mypes encuestadas tienen entre 0 a 5 años en el rubro. C) respecto a la gestión de calidad, el 56,3% de las Mypes panaderas encuestadas señaló que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la rentabilidad de sus productos o servicios, de las Mypes que implementaron sistemas o técnicas en gestión de calidad el 56,3% manifestó que utilizaron la técnica de la mejora continua, concluye que las Mypes encuestadas consideró importante utilizar hoy en día sistemas o técnicas de calidad en las empresas, así mismo la mayoría de los representantes señalaron que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrece su negocio, por

último los representantes que utilizaron sistemas para mejorar la calidad de los productos y servicios la mayoría se inclinó en prácticas la mejora continua en su organización. *Se concluye que*, las Mypes encuestadas consideró importante utilizar hoy en día sistemas o técnicas de calidad en las empresas, así mismo la mayoría de los representantes señalaron que no implementan sistemas o técnicas para mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrece su negocio, por último, los representantes que utilizaron sistemas para mejorar la calidad de los productos y servicios la mayoría se inclinó en prácticas la mejora continua en su organización. -La totalidad de los representantes de las Mypes encuestadas manifestaron brindar productos y servicios de calidad en su empresa. -Los representantes manifestaron mayoritariamente que es importante usar técnicas de calidad empresarial en las organizaciones.

Cieza (2014) en su estudio de investigación *Gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” - Trujillo, año 2013*. Planteó el objetivo general determinar y describir las principales características en la Gestión de calidad y formalización en las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio. Llego a los siguientes resultados:

El 50% de las MYPES tiene edad entre 30 a 50 años. El 75% de las MYPES es de género masculino. El 37.5% tiene secundaria completa. El 100% la totalidad sí comercializa productos fabricados mediante proceso estandarizado de producción. El 75% utilizan un plan estratégico. El 62.5% sí ha implementado el servicio pre y posventa con ayuda de redes sociales. El 62.5% orienta al personal para mejorar la calidad en la atención al cliente en el año 2013. El 75% sí actualiza modelos de productos, según los gustos del cliente. El 50% sí evalúa el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización su producto. El 75% sí usa

las herramientas en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto. El 100% de las MYPES sí son formales. El 62.5% de las MYPES. sí recibió asesoría de entidades públicas y/o privadas. Concluye que: La mitad de las MYPES encuestadas se establece que los representantes tienen entre 30 a 50 años, la mayoría son de género masculino y la mayoría relativa tienen secundaria completa. Todas las MYPES encuestadas opinan que obtendrán con la formalización acceso al crédito financiero, así mismo recibió asesoría de entidades públicas y/o privadas en la formalización empresarial, opinan que la formalización aumenta los costos laborales y contribuye a la expansión en la comercialización del producto de su empresa.

Luna (2013) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*. El objetivo del trabajo de investigación fue describir las principales características de la gestión de Calidad de las MYPES del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2013. Obteniéndose los siguientes resultados: De las 23 MYPES encuestadas podemos obtener los siguientes resultados 60,9% son de sexo masculino. El 52,2% tiene entre 18 y 30 años de edad.

El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% tiene 3 años en actividad. El 65,2% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores. El 69,6% tienen formalizado sus MYPES. El 65,2% mantienen a sus trabajadores de manera informal. El 100% no cuenta estándares de calidad ISO. El 60,9% aplica una gestión de calidad. El 56,6% utiliza la mejora continua como una técnica de gestión. El 47,8% se considera como dueño ante sus trabajadores. El 78,3% realiza capacitación orientada al servicio. Concluyendo que los representantes de las MYPES del sector servicios- rubro restaurantes de Nuevo Chimbote,

2013, la mayoría son de género masculino, tiene la edad entre 18 a 30 años con estudios universitarios y 3 años en actividad. La mayoría de las MYPES esta formalizado, pero la minoría de trabajadores laboran de manera informal, la totalidad de las MYPES desconocen sobre estándares de calidad y ponen en práctica una gestión de calidad de manera inadecuada que carece de todo un plan estratégico administrativo y operativo, lo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo.

Anticona (2013) en su tesis *Caracterización del financiamiento y la capacitación, de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes, del Distrito de Conchucos, provincia de Pallasca-Chimbote, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote – Chimbote*; el mismo que concluyó que la mayoría de las MYPE encuestadas recibió una vez algún tipo de capacitación, considerándolo como una inversión, y que la capacitación de su personal si es relevante. La totalidad de los encuestados recibieron otros tipos de cursos (Ej. manipulación de alimentos), el mismo que fue brindado a través del Área de Salud con la Municipalidad Distrital. Cursos diferentes al de la encuesta según el tipo de cursos en el cual fueron capacitados. Asimismo, recomienda, que se debe brindar las herramientas necesarias a los representantes de las MYPE en programación de cursos y charlas sobre los temas de capacitación por cuanto el índice de capacitación ya sea de los propietarios o del personal que labora en el rubro es muy bajo. El investigador utilizo el diseño no experimental descriptivo.

2.2. Bases teóricas

El diccionario de la Lengua Española precisa que las MYPE son entidades independientes, con características específicas y en cuanto a sus dimensiones nos indica que tienen ciertos

límites ocupacionales y financieros establecidos por las regiones; mientras que, para Jaramillo (2005) son organizaciones económicas que, al combinar el capital, trabajo y medios productivos, éstas obtienen bienes y/o servicios para cubrir las necesidades de un sector y un mercado determinado; y, para Andersen (1999) éstas cuentan con decisión propia, percepción y persecución de objetivos, obtención de beneficios y oportunidades.

2.2.1. Definición de MYPE:

La **Ley 28015 (2003)** refiere que es una unidad económica, conformada por persona natural o jurídica, que tienen como objetivo incrementar el empleo, su productividad y rentabilidad; asimismo, ampliar el mercado interno, el comercio exterior y contribuir a la recaudación tributaria.

2.2.2. Características de MYPE:

El 02/07/2013 el Congreso de la República promulgó la **Ley 30056** en la que se modifica diversas leyes y normas, a fin de facilitar la inversión e impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial, trayendo consigo objetivos para la promoción de la competitividad, desarrollo y formalización de las MYPE.

Con respecto a las características de las micro, pequeñas y medianas empresa, estas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales; en función de sus niveles de ventas anuales, como sigue:

- Microempresa.- Monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias.
- Pequeña Empresa .- Superiores a 150 Unidades Impositivas Tributarias y hasta un monto máximo de: 1,700 Unidades Impositivas Tributarias.

- Mediana Empresa .- Superiores a: 1,700 Unidades Impositivas Tributarias y hasta un monto máximo de: 2,300 UIT.

2.2.4. Importancia de las MYPES:

Vásquez (2013) manifiesta que actualmente las M Y P E es de suma importancia para la economía del País, de tal manera que las microempresas representan el 95,9% del total de empresas nacionales, cuyo porcentaje incrementaría hasta el 97,9% si se añade a las medianas empresas. Asimismo, generan más trabajo a la población activa (PEA), llegando a ser la tasa de 80% y cerca de 45% del producto bruto interno; representando la fuerza y el motor de desarrollo de un país, basándose su importancia en:

- Generan empleo.
- Disminuye el nivel de pobreza logrando el cambio en la calidad de vida de las personas.
- Estimulan el espíritu empresarial y emprendedor de la población.
- Constituyen la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Contribuye en mejorar la distribución del ingreso.
- Contribuyen al ingreso nacional y su vez son impulsadoras del crecimiento económico y bienestar del país.

2.2.5. Gestión de Calidad

Rodríguez (2012) lo describe como una estructura organizativa con actividades sistematizadas, documentadas e integradas a los procesos, procedimientos técnicos y gerenciales que tienen como finalidad guiar las gestiones de manera práctica y coordinada

permitiéndole a la organización lograr sus objetivos y esto a su vez la satisfacción de sus clientes y bajos costos para la calidad. Cabe decir que, un sistema de gestión de servicios es una serie de actividades coordinadas que sirven para dirigir y controlar las actividades necesarias de una organización para lograr su misión y mejorar sus procesos, teniendo como objetivo principal entregar productos y servicios que satisfagan las exigencias de los clientes y la obtención de todos los actos encaminados al logro de lo esperados por la organización.

Para **Udaondo (2008)** Es un conjunto de caminos hacia la satisfacción del cliente mediante el cual asegura la calidad y el control de los procesos.

El tema de la gestión de calidad del servicio al cliente es el modo en que la organización proyecta el futuro e implementa programas para asegurar la continua satisfacción del cliente y controlar los resultados en función a la calidad con vistas a su mejora continua de los procesos, servicios y productos.

2.2.6. Principios de Gestión de la calidad

Fontalvo (2010) manifiesta que, para el logro de los resultados deseados es necesario implementar un SGC en las organizaciones; por ello, la norma de la **Organización Internacional de Estandarización - ISO 9000**, ostenta ocho (8) nociones para ser aplicados, con el fin de direccionar las empresas hacia un mejor desempeño y se mencionan como sigue:

- **Organización orientada a los clientes**

Este principio nos dice que las organizaciones dependen de sus clientes, de modo que estos deben esforzarse por comprender y satisfacer sus necesidades existentes y futuras de sus clientes y perseverar en exceder sus expectativas.

- **Liderazgo**

En la organización los líderes se ven involucrados en alcanzar los objetivos de la organización, teniendo el compromiso de crear un ambiente donde el personal se involucra totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

- **Participación del personal**

Las personas son la esencia de una empresa y lograr su involucramiento facilita a que sus habilidades y destrezas sean empleadas para el beneficio de las organizaciones.

- **Enfoque basado en procesos**

Los resultados anhelados se alcanzan más eficazmente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

- **Enfoque de sistema para la gestión**

El entender, aprender a identificar y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, nos permitirá contribuir a la eficacia y eficiencia de una empresa para el logro de sus objetivos o procesos.

- **Mejora continua**

Objetivo permanente de las organizaciones y compromiso del día a día.

- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones**

La toma de decisiones eficaz y eficiente se cimienta en el estudio de información y los datos.

- **Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor**

Tanto las organizaciones como sus abastecedores son interdependientes y una relación mutua beneficia de forma conjunta a un mercado cambiante; asimismo, optimiza los costos y recursos.

Importancia de la Gestión de Calidad en las organizaciones modernas

Organización Internacional de Estandarización – ISO 9001, Como es de conocimiento, actualmente aplicar la gestión de calidad en las organizaciones es muy importante porque ayuda a optimizar los procesos, además de existir altas probabilidades de permanecer en los mercados; por ello se debe tener bien controlada, a fin de:

- “Satisfacer plenamente las necesidades del cliente.”
- “Cumplir las expectativas del cliente y algunas más.”
- “Despertar nuevas necesidades del cliente.”
- “Lograr productos y servicios con cero defectos.”
- “Hacer bien las cosas desde la primera vez.”
- “Diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total.”
- “Producir un artículo o un servicio de acuerdo a las normas establecidas.”
- “Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.”
- “Sonreír a pesar de las adversidades.”

- “Una categoría tendiente siempre a la excelencia.”
- “Calidad no es un problema, es una solución.”
- “La calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo.” “Conjunto de propiedades inherentes a un objeto que permiten apreciarlo como igual, mejor o peor que el resto de objetos de los de su especie”
- “También se puede decir que la calidad es la Propiedad o conjunto de características de un elemento que le dotan de una ventaja competitiva.” Es evidente entonces que, el SGC, es el conjunto de reglas y/o actividades interrelacionadas dentro de una organización, en la que se promueve el cumplimiento de los estándares de la calidad de la misma, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.

2.2.7. Obtención de beneficios al establecer un Sistema de Gestión de Calidad

- Impulsar una cultura de calidad y compromiso al personal de la institución, avanzado de una forma perceptible en las renovaciones de una cultura burocrática a otra gestión, en la que cada individuo tiene funciones determinadas colaborando para los fines de la empresa, orientadas al servicio del cliente.
- Implicar a las organizaciones en un proceso perenne de mejora continua de la calidad y realizar la revisión del sistema por parte de la dirección, la misma que evaluará la eficiencia del sistema de la calidad.

- Incrementar la ventaja competitiva de una entidad frente a otras entidades públicas a través de la continua mejora de los servicios públicos locales.
- Crear y mantener un clima favorable de paz y cooperación para la modernización de la administración de una empresa o institución.
- Eliminar trámites innecesarios que dificultan las relaciones de los clientes con la institución aplicando la razonabilidad y sintetizando y normalizando los procedimientos
- Establecer objetivos y metas empresariales en u corto, mediano y largo plazo, efectuando un seguimiento periódico, corrigiendo las desviaciones detectadas.
- Escuchar a las personas, facilita la presentación de quejas, sugerencias y reclamaciones, facilita la solución y se brinda una respuesta inmediata.
- Perfecciona la coordinación interna entre las áreas y promueve el trabajo en equipo.
 - Forma a sus funcionarios y empleados, encaminando sus conocimientos, habilidades y competencias adecuadas a las necesidades de los puestos de trabajo y conservando los registros que lo acreditan.

2.2.8. Atención al cliente por el personal

Son las acciones que se efectúan a favor de los clientes en la que se muestra interés y se brinda una atención especial, ello implica identificar sus necesidades y expectativas de los clientes, a fin de generar acciones necesarias para satisfacer sus necesidades.

Rey (1999) explica que, el análisis de este concepto lo iniciamos con el desglose de los dos elementos que lo integran: calidad y servicio. Sin embargo, realizar algunas matizaciones al término calidad que nos ayudaran en nuestro propósito.

Para proceder a su definición hay que señalar inicialmente la diferencia entre calidad percibida y calidad objetiva. La primera es juicio del consumidor sobre la excelencia o superioridad de un producto o marca sobre otros desde una óptica global. Es una actitud relacionada pero no equivalente a la satisfacción y resulta de la comparación de las expectativas con la percepción de desempeño, por su parte, la calidad objetiva se refiere a la superioridad medible y verificable de un producto o servicio sobre otro, tomando como base algún estándar preestablecido. Suele relacionarse con conceptos usados para describir la superioridad técnica de un producto. De la dualidad planteada, será la calidad percibida el objeto de nuestro estudio. (p.25).

Por su parte, **Estrada (2007)** indica que la calidad de servicio presenta una ventaja competitiva dentro de una institución; de la misma manera expresa que el servicio, la buena calidad y la atención de calidad son de vital importancia, por ser el reflejo del profesionalismo de la empresa. Escuchar a los clientes, prestar atención a su pedido, brindar un buen servicio y atención al público es una de las habilidades más importantes, por la razón de ser el cliente uno de los pilares fundamentales de toda organización.

Larrea (1991) comenta rasgos acerca de la calidad del servicio al cliente.

- Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. Antes de diseñar cualquier política de atención al cliente es necesario segmentar a los clientes para poder satisfacer sus expectativas.
- Flexibilidad y mejora continua. Las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Para ello, el personal que está en contacto directo con el cliente debe tener la formación y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más inverosímiles.
- Orientación al trabajo y al cliente. Los trabajos que implican atención directa al cliente integran dos componentes: el técnico propio del trabajo desempeñado y el humano, derivado del trato directo con personas.
- Plantearse como meta de la atención al cliente la fidelización. Considerando que la satisfacción del consumidor es el objetivo final de cualquier empresa, es necesario conocer las características que ésta presenta.
- Es subjetiva. Al cliente le mueven las razones y las emociones al mismo tiempo, por lo que la atención al cliente ha de ser cerebral y emocional.
- No es fácilmente modificable. Para conseguir un cambio de actitud en un cliente son necesarias sucesivas experiencias que el cliente perciba como exitosas.
- El cliente no necesariamente se siente satisfecho por una buena relación calidad/precio.
- La administración debe segmentar a los clientes para poder lograr la satisfacción de los mismos. No todos los clientes son iguales, ya que cada uno llega al mercado motivado

por unas necesidades diferentes, por lo que hemos de ofertar a cada grupo homogéneo de clientes lo que desea y necesita.

- La satisfacción de un cliente no está exclusivamente determinada por factores humanos. Es un error pensar que la gestión de la atención al cliente debe centrarse de forma exclusiva en el componente humano de la venta, ya que toda venta personal está integrada en un contexto comercial cuyos componentes físicos deben ayudar a ofrecer un mayor y mejor servicio al cliente. (p.41).

2.2.9. Reglas de motivación al cliente

Estrada (2007) recomienda lo siguiente:

Muestre aprecio autentico. A toda persona le gusta escuchar elogios o un cumplido agradable y sincero.

- **Estimular a los clientes.** Aprender a reconocer las cualidades y virtudes de los clientes.
- **Sea amigable y amistoso.** Ser amigable y caer bien a las personas genera empatía y ánimo con su interlocutor/oyente.
- **Actúe con cortesía.** Es el arte de expresar buenas costumbres y facilita las relaciones humanas.
- **Sonría.** Estrategia para entablar una conversación y mejor manera de iniciar un contacto con los clientes
- **Siempre entusiasta y positivo.** Entusiasmo es un sentimiento que se refleja la emoción de usted la persona por su organización y la actitud positiva es una valiosa posesión ganadora.

- **Felicitaciones en días especiales.** Tanto los gerentes como el personal deben conocer las fechas festivas del calendario y felicitar.
- **Gesto personal de buena voluntad.** Es necesario que el gerente regale a sus clientes preferenciales tarjetas de presentación que contenga el nombre, logotipo, dirección y teléfono del restaurante, para que de esta manera le sea más fácil solicitar el servicio.
- **Reconocer errores.** Para crecer, es necesario reconocer que nos equivocamos y aprender de ello.

2.2.10. Medición de la satisfacción de los clientes

Las empresas u organizaciones que realizan trabajos destinados a brindar servicios de calidad al cliente, deben proceder a una evaluación continua con la finalidad de corregir posibles errores, con ello podemos conseguir información relacionada con los requisitos del cliente y podemos garantizar si se está logrando la excelencia en el servicio y al mismo tiempo obtenemos el prestigio de la empresa. Por ello, es necesario enfocarse en el cliente, porque a través de ello mediremos el grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.

Formas de medir la satisfacción del cliente.

- Opinión de los trabajadores.
- Encuesta de la satisfacción de los clientes.
- Calidad.
- Usando la innovación y tecnología.
- Creatividad
- Posicionamiento.

2.3. Marco Conceptual

Historia de restaurantes

Hace 18 años en el distrito de Chimbote, se dio inicio a la venta de menú al día, por motivos de que no existía mucha demanda en platos a la carta y con el pasar de los años la competencia incrementó y dado que los emprendedores eran personas capaces de adaptar los productos a las necesidades de los clientes optaron por ofrecer platos a la carta, mejorando la calidad de servicio a través de entrenamiento al personal, mejoramientos de sus ambientes de trabajo y otros, haciendo la diferencia frente a los otros competidores. En consecuencia, los restaurantes que hoy en día han logrado adaptarse a los cambios y han conseguido atraer a nuevos comensales a su mesa, son los que han conseguido un buen posicionamiento en el mercado de la ciudad de Chimbote.

Restaurantes en el Perú

Crece cada día más debido a que las personas emprendedoras aprovechan las oportunidades del entorno ya sea por incremento de la población o turistas, del mismo modo el sector servicios restaurantes se viene incrementando debido a que la gastronomía en el Perú son reconocidos a nivel mundial por su alta cocina logrando internacionalizarse cada día más por su originalidad, comida variada y sabor exquisito; asimismo, por brindar buena atención al cliente, logrando ser premiados y solicitados, producto de ello los empresarios gastronómicos expandieron sus restaurantes y han promovido el Turismo.

MYPES del rubro de restaurantes

Las empresas del sector servicios rubro restaurantes son establecimientos que ofrecen una variedad de platos, segundos, bebidas y una variedad de aperitivos, en la que el cliente elige; siendo estos alimentos preparados al momento y servidos a la mesa. Se les toma la orden mientras los clientes se encuentran sentados y se les sirve en la mesa en el momento oportuno.

Servicios que ofrecen:

- 1. Menú del día:** Ofrecen en sus locales diez (10) clases de comida, las mismas que incluye refresco y es como sigue:

Platos de entrada

- Salpicón de pollo
- Ensalada rusa
- Ensalada de verduras
- Sopa
- Papa a la huancaína
- Crema de rocoto
- Ocopa
- Ceviche
- Ají de pollo

Platos de Fondo

- Tallarines rojos
- Tallarines verdes con bistec

- Arroz con pollo
- Milanesa de pollo
- Estofado de pollo
- Estofado de gallina
- Pollo punto cuy
- Cabrito
- Escabeche de pollo
- Escabeche de pescado

2. Platos a la carta

- Frejolada de pato
- Lomo saltado
- Arroz Chaufa
- Tallarín Saltado
- Bistec a lo pobre
- Chanco al cilindro
- Costillar

Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes

Se evidenció que las MYPES del sector rubros restaurantes en la ciudad de Chimbote, existe deficiencia de gestión de la calidad en atención al cliente, debido a que los representantes no cuentan con implementación de estrategias y programas de capacitación al personal; este

problema surge porque los representantes o gerentes apenas terminaron la secundaria y esto trae consigo aplicar una mala práctica y aplicar de manera incorrecta la gestión de la calidad.

Gestión de calidad

La gestión de la calidad en atención al cliente, significa satisfacer las expectativas de los clientes, para luego buscar adaptar el producto y servicio de acuerdo a sus necesidades y/o deseos.

Cliente

Persona importante para una empresa, la misma que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios por medio de una transacción financiera.

Servicio al cliente

Conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer mejor que sus competidores las necesidades y expectativas de sus clientes.

Satisfacción del cliente

Cumplimiento de los requisitos determinados para obtener un resultado positivo como:
Ofrecer un producto de calidad, brindar un buen servicio, brindar una rápida atención, resolver problemas, quejas y/o reclamos.

III. Hipótesis

En el presente estudio no se ha planteado Hipótesis, porque la presente investigación se desarrolló en base a una investigación de nivel descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

Por la naturaleza de la investigación el diseño asumido en la presente investigación, es:

No experimental–transversal-descriptiva. Fue, no experimental, porque se estudió a la variable gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas; y transversal, porque el estudio se realizó en un tiempo determinado donde tuvo una fecha de inicio y un fin específicamente en el año 2017. Así también, fue descriptiva porque solo se describió sus características, del representante gestión de calidad que fueron las variables en estudio. **Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014).**

4.2. Población y muestra

La población: Se utilizó una población de 10 MYPE, sector servicios, del rubro restaurantes en el Pueblo Joven El Progreso, de la ciudad de Chimbote, en el año 2017, obtenidos mediante el sondeo en las principales zonas de influencia.

Muestra: Se utilizó una muestra poblacional de 10 empresas del rubro restaurantes establecidos en el Pueblo Joven El Progreso, Chimbote.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición: Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil del representante de la MYPE	El representante debe dirigir, conducir y administrar el negocio a través de sus cualidades, habilidades, conocimientos y experiencias, para ello necesita no sólo conocer los componentes de una organización, sino poner en práctica algunas herramientas gerenciales, información que le permitirá poner a funcionar de forma eficiente la microempresa.	Edad	a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 – Más.	Razón
		Genero	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitario e) Superior universitario	Nominal
		Cargo que desempeña	a) Dueño b) Administrador	
		Tiempo que desempeña	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Razón
Variable	Definición: Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de la MYPE	Unidad económica, constituida, por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene por objeto desarrollar actividades de servicio (preparación de platos).	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 – 3 años b) 4 – 6 años c) 7 a más.	Cuantitativa
		Número de trabajadores	a) 01 – 05 trabajadores b) 06 – 10 trabajadores	Nominal

			c) 11 a más	
		Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares b) Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de la creación	a) Generar ganancia. b) Subsistencia	Nominal
Variable	Definición: Variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de la calidad en las MYPES	Es el conjunto de normas correspondientes a una empresa, vinculadas entre sí y a partir de las cuales la empresa podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma, permitiendo optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren.	Término gestión de calidad	a) Si b) No	Nominal
		Técnicas modernas de la gestión de calidad	a) Benchmarking b) Red-corporativas c) Liderazgo d) Otros	Nominal
		Técnicas de medición del rendimiento	a) Observación b) Evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) Otros	Nominal
		La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	a) Si b) No	Nominal

	La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización	a) Si b) No	Nominal
	Término atención al cliente	a) Si b) No	Nominal
	Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda sus clientes	a) Si b) No	Nominal
	La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	a) a) Si b) No	Nominal
	La atención que brinda a los clientes es	a) Buena b) Regular c) Malo	Nominal
	Está brindando una mala atención al cliente	a) No tiene suficiente personal b) Por una mala organización de los trabajadores c) Si brinda una buena atención al cliente	Nominal
	La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes	a) Si b) No	Nominal
	La atención al cliente permite el posicionamiento	a) Si b) No	Nominal

		de su empresa en el mercado		
--	--	-----------------------------	--	--

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En el presente trabajo de investigación se utilizó la encuesta como (técnica) y el cuestionario será estructurado por 21 preguntas.

Se utilizó la técnica de la encuesta la cual se aplicó a los representantes de las MYPE en estudio.

Para el recojo de la información se utilizó como instrumento un cuestionario estructurado de 21 preguntas relacionadas a los representantes, a las MYPES y a la variable en estudio. El mismo fue validado por tres jueces de expertos que tenían grados de maestro y doctor.

4.5. Plan de análisis.

Los datos recolectados en la investigación se estudiaron haciendo uso del análisis descriptivo. Para la tabulación de los datos se tuvo como soporte el programa Microsoft Excel versión 2016, y para el procesamiento de los datos el Software SPSS (Programa de estadística para ciencias sociales) y el programa Ms. Word para la elaboración del proyecto final.

4.6. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA		
			POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Central:</p> <p>¿Cuáles son las características para la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017?</p>	<p>General:</p> <p>1. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes, en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017.</p> <p>Específicos:</p> <p>1. Determinar las características de los representantes en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes, en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017.</p> <p>2. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes, en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017.</p>	<p>Gestión de calidad</p>	<p>Población:</p> <p>Se utilizará una población de 10 micro y pequeñas empresas del sector Servicios - rubro restaurantes, en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017.</p> <p>Muestra: La muestra está dirigida a 10 micro y pequeñas empresas del sector Servicios - rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017</p>	<p>El tipo de investigación: fue Aplicada - Cuantitativa Fue aplicada, porque se fue para las ciencias sociales, económicas y administrativas.</p> <p>Fue cuantitativa porque permitió examinar los datos en forma numérica y se utilizará instrumentos de medición.</p> <p>No experimental-transversal-descriptiva</p> <p>Fue, no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable, se observa el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.</p> <p>Fue, transversal, porque la investigación está centrada en analizar cuál es el nivel o estado de un conjunto</p>	<p>Técnicas</p> <p>En el presente trabajo de investigación se utilizó la encuesta como (técnica) y el cuestionario fue estructurado por 21 preguntas.</p> <p>Se utilizaron los programas Ms. Excel, Word y SPS para el procesamiento de datos e información.</p>

	<p>3. Determinar la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes, en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017.</p>			<p>de variables en un punto del tiempo.</p> <p>Fue descriptiva, porque solo se describió las características de la variable en estudio.</p>	
--	---	--	--	--	--

4.7. Principios éticos

Este trabajo se realizó bajo los principios éticos declarados en el código de ética de investigación de la ULADECH Católica como:

Protección a las personas

La información revelada en el presente estudio de investigación proviene de información vertida por trabajadores de 10 MYPE utilizadas en la muestra, esta información no fue utilizada en favor o en contra a sus funciones dentro de las mismas, guardándose las reservas de información respectivas.

Libre participación y derecho a estar informado

A los representantes de las MYPE se les informó sobre los propósitos y finalidades de la investigación; asimismo, los participantes firmaron el consentimiento informado.

Beneficencia no maleficencia

El presente estudio no representa ningún daño a nivel psíquico mental de ninguna manera a los presentantes, solo presenta beneficios.

Justicia

El estudio de investigación no afectó de ninguna manera a los representantes de las MYPE.

Integridad científica

No se ha incurrido en plagio ni se han inventado datos, debido a que se han citado todas las fuentes de los documentos que se ha referido o fundamentado el presente estudio de investigación.

V. RESULTADOS

Tabla 1

Características de los representantes de las MYPE del rubro restaurantes que participaron en el estudio.

	N	%
Edad		
De 18 a 30 años	2	20.00
De 31 a 50 años	5	50.00
De 51 a más años	3	30.00
Total	10	100.00
Género		
Masculino	2	20.00
Femenino	8	80.00
Total	10	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	7	70.00
Superior no universitario	1	10.00
Superior universitario	2	20.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	8	80.00
Administrador	2	20.00
Total	10	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 - 3 años	3	30.00
4 - 6 años	3	30.00
7 a más	4	40.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a representantes de las MYPE.

Tabla 2

Características de las MYPE restaurantes que participaron en el estudio.

	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	3	30.00
4 a 6 años	3	30.00
7 a más años	4	40.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
Uno a cinco trabajadores	10	100.00
seis a diez trabajadores	0	0.00
once a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	7	70.00
Personas no familiares	3	30.00
Total	10	100.00
Objetivo de creación		
Ganar ganancia	10	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE.

Tabla 3

Caracterización de la Gestión de Calidad en la atención al cliente de las MYPE restaurantes que participaron en el estudio.

	N	%
Término Gestión de Calidad		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	2	20.00
Red-corporativas	0	0.00
Liderazgo	6	60.00
Otros	2	20.00
Total	10	100.00
Técnicas de medición del rendimiento		
Observación	8	80.00
Evaluación	2	20.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	10	100.00
Total		
La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar metas y objetivos en una institución u organización		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Término atención al cliente		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Emplea la gestión de calidad en la actividad que realiza		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La calidad en la atención al cliente, es fundamental para que este vuelva al establecimiento		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

	N	%
La atención que brinda a los clientes es:		
Buena	10	100.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
Total	10	100.00
Considera que se está brindando una incorrecta atención al consumidor		
No cuenta con suficiente personal	0	0.00
Por una mala distribución de los trabajadores	0	0.00
Si brindan una buena atención al cliente	10	100.00
Total	10	100.00
La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Brindando una buena atención al consumidor le va permitir el posicionamiento de su empresa u organización en el mercado		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE.

Tabla 4

Propuesta mejora en Gestión de Calidad, en la atención al cliente en las MYPES rubro restaurantes.

Problema encontrado	Causas	Solución: Aplicación de mejora	Responsable
Los representantes de las MYPE, no conocen técnicas modernas de la gestión de calidad, dado que el 70% sólo conoce la técnica del liderazgo.	Escasa formación académica profesional en la gestión de la calidad.	Capacitación en técnicas modernas de la gestión de la calidad.	Representantes de las MYPE
Los representantes de las MYPE, no están logrando medir el rendimiento de evaluación, dado que el 70% utiliza como técnica la observación.	Escasa formación académica profesional en la gestión de la calidad.	Capacitación en técnicas de medición del rendimiento	Representantes de las MYPE
Los representantes de las MYPE, no tienen estudio superiores, dado que el 70% manifestó tener grado de instrucción secundaria	Escasa formación académica profesional.	Actualizar sus conocimientos profesionales, dado que la formación es una solución perfecta para seguir siendo competitivos	Representantes de las MYPE
Los representantes de las MYPE creen brindar una buena atención al cliente, pero se observó que brindan una mala atención y que no fueron del todo sinceros	No hay sinceridad al momento de responder al cuestionario, por el temor de crear una mala imagen	Que los encuestados respondan con la mayor veracidad las preguntas planteadas	Representantes de las MYPE

5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

El 50% de representantes de M Y P E tiene entre 31 a 50 años cronológicos (Tabla 01), lo cual coincide con lo encontrado por Saenz (2016) quien mostró que el 90% de su población de estudio tienen edades entre 31 a 50 años de edad, coincide también con los hallazgos de Cieza (2014), donde ostenta que, el 50% tiene de treinta (30) a cincuenta (50) años, asimismo también coincide con los resultados encontrados por Julian (2015), quien manifiesta que el 57% de los representantes tienen entre 30 a 50 años, del mismo modo coincide con lo hallado por Ríos (2015), quien manifiesta que el 35% tiene de 35 a 44 años. Pero contrasta con los resultados encontrados por Luna (2013), quien manifiesta que el 52,2% tiene entre 18 y 30 años de edad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017 están dirigidas por personas adultas de 31 a 50 años. Por ende, estos resultados de poblaciones con edades similares brindan mayor consistencia a los resultados generales del presente estudio.

El 80% de representantes de MYPES son de género femenino (Tabla 01), lo cual coincide con lo encontrado por Anticona (2013), quien mostró que el 80% de los propietarios o representantes legales encuestadas son del sexo femenino, también coincide con los hallazgos de Julian (2015), quien establece que el 57% son género femenino. Pero contrasta con los hallazgos de Saenz (2016), quien mostró que el 90% son mujeres, también contrasta con los hallazgos obtenidos, por Cieza (2014), quien manifiesta que, el 75% son de sexo masculino y al mismo tiempo contrasta con los hallazgos encontrados por Ríos (2015), quien manifiesta que, el 65% son de sexo masculino, así también contrasta con los resultados encontrados por Luna (2013), quien manifiesta que, el 60,9% son de sexo masculino. Ello demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso, Chimbote, 2017 están dirigidas por el género femenino, esto demuestra que las mujeres cada vez se han empoderando más en el liderazgo de empresas del rubro restaurantes y esto podría estar dándose debido a la lucha de las mujeres por la igualdad en todos los aspectos de sus vidas, mostrando al mundo de lo que son capaces y de ejercer influencia en una industria mayormente denominada por hombres.

El 70% de representantes de MYPES tienen grado de instrucción secundaria (Tabla 01), lo cual coincide con los resultados encontrados por Saenz (2016), quien menciona que el 90% tienen estudios secundarios, del mismo modo coincide con los hallazgos de Cieza (2014), en la que manifiesta que el 37% ha culminado la secundaria. Pero, difiere con los hallazgos encontrados por Rios (2015), donde manifiesta que el 60 % culminó la formación superior universitaria, asimismo contrasta con los resultados encontrados por Luna (2013), quien manifiesta que el 47,8% tiene grado de instrucción universitaria. Esto demuestra que la mayoría de los participantes tuvieron el grado instrucción primaria, ello debido a la actitud de las personas emprendedoras y a mejorar su calidad de vida.

El 80% de representantes de MYPES se desempeñan en el cargo como dueños (Tabla 01), estos resultados coinciden con los hallazgos encontrados por Saenz (2016), quien menciona que, el 100% son dueños. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en el pueblo joven El Progreso, Chimbote 2017 están siendo dirigidas por los propios dueños, pensando críticamente en la construcción de su empresa, en cómo mejorarla y cómo puede obtener mejores resultados.

El 40% de representantes de MYPES se desempeñan en el cargo de 7 años a más (Tabla 01), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Luna (2013) quien encontró que el 43,5% de los encuestados tiene 3 años en el cargo. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, Rubro Restaurantes en el Pueblo Joven-El Progreso, Chimbote 2017 están siendo administrados por los propios dueños más de 7 años, esto se debe a los dotes de liderazgo, puesto que es el responsable del personal y por contar con habilidades de organización y capacidad para dar instrucciones.

Tabla 02

Características de las micro y pequeñas empresas

El 40% de representantes de MYPE tienen de permanencia en el rubro de 7 años a más (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Julian (2015), quien manifiesta que el 57% tienen de 6 a más años de existencia; asimismo contrasta con Saenz (2016), quien mostró que el 90% de MYPES tiene entre 4 años a más de permanencia en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en el Pueblo Joven El Progreso permanece en el mercado debido a que están siendo bien administrados, asimismo porque los restaurantes es un rubro de alta generación de empleo y alta rentabilidad social.

El 100% de representantes de MYPES tienen de uno (1) a cinco (5) trabajadores (Tabla 2), estos resultados coinciden con lo encontrado por Luna (2013), quien manifiesta que, el 65,2% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores; asimismo, contrasta con Saenz (2016), quien manifiesta que el 90% tiene entre 1 a 3 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, rubro-restaurantes en el pueblo joven El Progreso tienen de: 1 a 5 trabajadores, esto debido a que es una pequeña empresa familiar y recién está en proceso de crecimiento.

El 70% de representantes de MYPES son familiares (Tabla 2). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso contratan a miembros de la familia, ello debido a que se trata de personas confiables y calificadas para trabajar con ellos.

El 100% de representantes de MYPES tienen como objetivo de la creación el generar ganancia (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Saenz (2016), quien manifiesta que, el 100% se fundó con el fin de generar ganancia, asimismo, coincide con los resultados que encontró Ríos (2015), en donde mostró que, el 45% de las MYPES su objetivo de creación es generar ganancia. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas,

rubro restaurantes en el P.J. El Progreso tiene como objetivo de la creación el de generar ganancia, ello debido con el fin de lograr hacer crecer el negocio y generar un beneficio.

Tabla 3

Características de la gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas

El 100% de representantes de MYPES conoce el término gestión de calidad (Tabla 3), lo cual contrasta con las muestras que halló Ríos (2015), expresando que, el 85% si conoce gestión de calidad de servicio al cliente. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso conoce el término gestión de calidad, esto debido a que la calidad del servicio es un factor que contribuye en el éxito de un restaurante

El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican el liderazgo como técnica moderna de la gestión de la calidad (Tabla 3), lo cual coincide con lo encontrado por Cieza (2014), quien mostró que 75% conocen herramientas adecuadas para garantizar una buena gestión de calidad. Pero, contrastan con los hallazgos encontrados por Beltrán (2014), quien ostenta que, el 56,3% utilizaron la técnica de la mejora continua. Esto demuestra que la mayoría de las M Y P E, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso utiliza el liderazgo como técnica moderna, ello debido a las habilidades de organización y capacidad para dar instrucciones claras, directas y concisas, así como ser capaz de resolver problemas y tomar decisiones con rapidez y seguridad.

El 100% de representantes de MYPES utiliza la técnica de la observación como medición del rendimiento del personal (Tabla 3), lo cual coinciden con los hallazgos obtenidos por Espinoza (2014), quien manifiesta que 63% utiliza métodos de valuación para evaluar la productividad del personal. Ello evidencia que su mayoría, las MYPES, rubro restaurantes en P.J. El Progreso, utiliza la técnica de la observación como medición del rendimiento del personal, ello debido a que la observación es un instrumento más común que se da para llevar a cabo el buen manejo o control de determinada tarea, asimismo va permitir obtener, registrar y evaluar información necesaria para el mejoramiento de los objetivos.

El 100% de representantes de MYPES indicaron que la gestión de la calidad mejora la productividad de un negocio (Tabla 3), por consiguiente los hallazgos obtenidos, concuerdan con lo manifestado por Espinoza, (2014), en la que ostenta en su tesis que el 70% de los representantes encuestados manifestaron que el sistema de la gestión de calidad ayuda a perfeccionar el rendimiento de los establecimientos. Ello corrobora que la gran mayoría de las MYPES, rubro restaurantes en el Pueblo Joven, El Progreso, está poniendo en práctica la gestión de la calidad en las MYPES, ello se debe a que la gestión de la calidad les permite manejar el negocio de forma profesional, alcanzando objetivos, aprovechando oportunidades y aumentando la rentabilidad del negocio.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Espinoza (2014), quien manifiesta que 83% indicaron que la gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos planificados. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso consideran que la gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, ello debido a que el principal objetivo de la gestión es aumentar rentabilidad del negocio sin reducir la satisfacción al cliente, asegurando la permanencia del restaurante.

El 100 % de Representantes de las Micro y Pequeñas Empresas conocen el vocablo atención al cliente (Tabla 03), estos resultados coinciden con lo que halló Espinoza (2014), quien manifestó que el 97% conoce el término atención al cliente. Ello demuestra que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso comprende el término de atención al cliente; ello debido a que una buena atención al cliente va conseguir la satisfacción del cliente, asimismo la posibilidad de que el cliente vuelva y por ende será un requisito esencial para obtener rentabilidad.

EL 100% de representantes de M Y P E S aplica el sistema de gestión de la calidad en los servicios que brinda a su clientela (Tabla 03), en consecuencia los hallazgos obtenidos, concuerdan con los hallazgos conseguidos por Cieza (2014) quien manifestó que, el 62.5% de los representantes aplican la gestión de la calidad en los servicios que ofrecen a sus clientes,

asimismo contrasta con los resultados obtenidos por Ríos (2015), quien manifiesta que, el 50% emplea la gestión de la calidad, en los servicios que brinda a sus clientes. Ello corrobora que, la mayoría de MYPE, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso emplea el sistema de la gestión de la calidad en los servicios que brinda a sus clientes, ello debido a que el servicio de atención al cliente es de suma importancia para las empresas en donde su objetivo principal es de satisfacer las necesidades de sus clientes.

El 100% de los representantes de las MYPE manifiesta que, es fundamental brindar buena atención a los clientes para que éste regrese a la empresa (Tabla 03), en consecuencia, los hallazgos obtenidos, coinciden con los hallazgos adquiridos por Ríos (2015), quien mostró que el 80% de su población de estudio indicaron que, es fundamental brindar una buena atención al cliente, para que vuelvan al negocio. Ello indica que, la mayoría de las MYPE en el Pueblo Joven El Progreso consideran que es fundamental brindar una buena atención al cliente para que éste regrese al establecimiento, esto debido a que los clientes serán los que evaluarán y al final decidirán si retornar o no.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la atención que brinda al cliente es buena (Tabla 03), estos hallazgos coinciden con citado por Ríos (2015), quien manifestó que, el 88% de los encuestados brindan una buena atención a sus clientes. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso ofrece al cliente un buen servicio, esto debido a que el servicio al cliente es un factor determinante en la obtención del éxito.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que brindan una buena atención al cliente (Tabla 03). Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes en el P.J. El Progreso se encuentran brindando una buena atención al cliente, debido a que el cliente es el capital más importante para el negocio crezca.

El 100% de Representantes de las M Y P E S cree que una buena gestión eficaz de las quejas y reclamos permite afianzar una buena relación con el cliente, tanto así que permitirá conseguir

información para mejorar la empresa (Tabla 03), lo cual coincide con lo obtenido por Cieza (2014), quien ostenta que 50% de representantes encuestados, manifestaron que la empresa es eficiente cuando atiende y brinda solución oportuna a los reclamos de los consumidores. Ello corrobora que la mayoría de las micro, pequeñas empresas del rubro restaurantes en el PJ El Progreso cree que las empresas son eficientes, cuando se brinda una excelente atención y busca soluciones a sus reclamos, ya que una queja bien gestionada proyectará una imagen positiva y reforzará la relación con el cliente haciéndole sentir importante.

El 100% de los representantes de las M Y P E admiten que brindar un excelente servicio al cliente permite el posicionamiento y crecimiento de su establecimiento en el mercado (Tabla 03). Ello muestra que, la mayoría de las MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, rubro-restaurantes en el pueblo joven el progreso, tiene claro que el posicionamiento es el primer paso en los negocios y es clave del éxito, por ello tienen como objetivo primordial brindar una excelente atención al cliente, dado que ello le conllevará al posicionamiento de su empresa en el mercado.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las MYPE que participaron en el estudio, tienen como representantes a los propios dueños, dirigidas por mujeres que desempeñan el cargo más de 7 años, así mismo, son personas adultas que tienen de 31 a 50 años y tienen grado de instrucción secundaria.

La totalidad de representantes de las MYPE, tuvieron como objetivo de creación el generar ganancias, tiene de 1 a 5 trabajadores y las personas que laboran en su empresa son familiares; asimismo, la mayoría relativa llevan en el rubro de siete (7) años a más.

La totalidad de los representantes de las MYPE, tienen conocimiento del término gestión de calidad, manifiestan que aquello, mejora el rendimiento del negocio, asimismo, indican que ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización, así mismo la mayoría conoce de técnicas de medición del rendimiento tales como la observación y la mayoría relativa conoce de liderazgo como técnica moderna de la gestión de calidad, del mismo modo la totalidad conoce el término atención al cliente y vienen aplicando el sistema de gestión de calidad en la atención que brindan a sus clientes, creen que brindar una excelente atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, así también creen que la empresa es eficaz cuando atiende y da solución oportuna a los reclamos de los clientes; además consideran que están brindando una buena atención al cliente y manifiestan que brindan una excelente calidad de servicio a sus clientes.

RECOMENDACIONES

- Desarrollar estrategias que mejoren la calidad de la atención al cliente en sus centros de trabajo pues aquello genera mayor rentabilidad y mayor tiempo de vida de sus MYPES.
- Promover capacitaciones en gestión de calidad y atención al cliente, a fin de lograr la sostenibilidad de sus negocios.
- Concluir sus estudios y así continuar su formación en administración y mejorar así su atención al cliente, con el objetivo de generar mayor rentabilidad
- Crear buzón de sugerencias y reclamos a fin de que los consumidores participen en el desarrollo de las estrategias y mejora continua.

REFERENCIAS

- Andersen, A. (1999). *Diccionario de Economía y Negocios*. Editorial ESPASA, España.
- Anticona, A. (2013). *Caracterización del financiamiento y la capacitación de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de Conchucos, provincia de Pallasca, periodo 2010 – 2011. Tesis de Titulación. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Extraído el 27 de abril del 2016 desde: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034359>
- Beltrán, A. (2014). En su tesis *Caracterización de la capacitación y la gestión de calidad de las MYPES del sector industria, rubro panaderías del distrito de Chimbote, 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Cieza, E. (2014). *Gestión de calidad y formalización de las MYPES del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “el virrey” - Trujillo, año 2013*. (tesis pre grado). Extraído el 15 de abril del 2016 desde: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=000000342>
- Espinoza, L. (2014). *Caracterización de formalización y Gestión de Calidad de la MYPE comerciales rubro calzado – Piura, 2013*. Extraído el 19 de abril del 2016 de, <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034225>
- Estrada, W. (2007). *Servicio y atención al cliente: Biblioteca Nacional del Perú: 2007-02203*. Recuperado de <http://pmsj-peru.org/wp-content/uploads/2011/12/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf>
- Fontalvo, J. (2010). *La gestión de la calidad de los servicios: Principios e importancia*: Editorial Esic

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista. M. (2014). *Metodología de la Investigación (5ª Ed)*. México: MCGRAW-HILL
- Jaramillo, O. (2005). *Gestión del talento humano en la micro, pequeña y mediana empresa vinculada al programa Expodyme de la Universidad del Norte en los sectores de confecciones y alimentos*. *Pensamiento y Gestión*, 18, 103-137. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64601805.pdf>
- Julián, S. (2015). *Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes parrillas, casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013*. (tesis licenciado de administración pública). <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/ejemplar/000037731>
- Larrea, P (1991). “*Calidad de servicio: del marketing a la estrategia*”. Madrid: Díaz de Santos.
- Ley 28015. *Diario Oficial el Peruano- Normas Legales*, Lima, Perú, 03 de julio del 2003.
- Ley 30056. *Diario Oficial el Peruano- Normas Legales*, Lima, Perú, 02 de julio del 2013.
- Luna, K. (2013). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*. (Tesis para optar al título profesional de licenciado en Administración – pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039880>
- Medina, L. & Magno, F. (2008). *Incidencia del financiamiento y la capacitación en la rentabilidad de las MYPES del sector turismo de la localidad de Huancavelica*. Huancavelica, Perú: Universidad Nacional de Huancavelica.

Mora, C. (2011). *PYMES Venezolana y competitividad*. Recuperado de <https://www.grandespymes.com.ar/2011/08/30/pymes-venezolana-y-competitividad/>

Rey, M. (1999). *Calidad del servicio al cliente y gestión de reclamaciones: teoría y casos*. Sevilla: CEADE.

Ríos, C. (2015) en su estudio *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 para título profesional de Licenciado en Administración). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Trujillo – Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037587>

Rodríguez García. (23 de Noviembre de 2012). *Sistemas de gestión de calidad*. pág. 1. Recuperado de: <http://profdrodriguezg.blogspot.pe/2012/11/sistemas-de-gestionde-calidad-1.html>.

Sáenz, J. (2016). *La capacitación en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del H. Miraflores Alto – zona de reubicación de la ciudad de Chimbote, año 2015*.

Tello, S. (2014). *Importancia de la micro, pequeña y mediana empresa en el desarrollo del país*. *Lex*, (14), 203-2018. Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=2ahUKEwiHsZemh7_kAhUUGLkGHeeCDnwQFjAAegQIABAC&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F5157875.pdf&usg=AOvVaw39JmQvkyX-Yzoao9F6aK68

Udaondo, M. (2008). *Gestión de la calidad: Principios e importancia*: Editorial Ediciones Díaz de Santos, S.A. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Vásquez, J. (2013), *Instrumentos de créditos para Mipymes a través de un portafolio de credit default swaps en México*. (pp. 91-11, 60-63). (tesis de maestría en ciencias económicas. Instituto Politécnico Nacional. México). [Versión Adobe Digital]. Recuperado de http://www.sepi.ease.ipn.mx/Investigacion/Documents/Investigaci%C3%B3n/Instrumentacion_de_creditos_para_MIPYMES_a_traves_de_un_portafolio_de_Credit_Default_Swaps_en_Mexico.pdf

ANEXO 1: Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	2018														
	MESES														
	SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Título	X														
Introducción	X	X	X												
Planteamiento del Problema				X											
Objetivo de la investigación				X											
Justificación de la investigación				X	X										
Marco teórico conceptual				X	X	X	X	X							
Metodología								X							
Tipo de investigación								X							
Nivel de investigación									X						
Diseño de la investigación									X						
Universo									X						
Matriz de consistencia									X						
Referencias Bibliográficas									X	X	X				
Elaboración de informe de tesis											X	X	X	X	
Revisión y modificaciones													X	X	
Presentación del informe de tesis														X	X

ANEXO 2: Presupuesto

Presupuesto Desembolsable (Estudiantes)				
Categoría		S/ Costo	Número	Total
Suministros	Impresiones	20.00	3	60.00
	Empastado	50.00	2	100.00
	Usb	35.00	1	35.00
	Lapiceros	1.00	2	2.00
	Subtotal			197.00
Servicios	Uso de Turnitin	100.00		100.00
	Internet	90.00	2	80.00
	Subtotal			180.00
Pasajes	Pasajes ida y retorno de (pargo a universidad)	1.30	12	15.60
	Subtotal			15.60
Taller de Titulación	Matrícula	300.00	1	300.00
	Pensión	850.00	2	1700.00
	Subtotal			2000.00
Total del presupuesto desembolsable				2492.60
Presupuesto No Desembolsable (Universidad)				
Categoría		S/ Costo	Número	Total
Servicios	Uso de internet (Laboratorio de aprendizaje digital – LAD)	30.00	4	120.00
	Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
	Soporte informático (Módulo de investigación ERP)	40.00	4	160.00
	Publicación en artículo de repositorio virtual	50	1	50.00
	Subtotal			400.00
Recurso	Asesoría personalizada	63.00	4	252.00
	Subtotal			252.00
Total del presupuesto No desembolsable				652.00
PRESUPUESTO TOTAL				3144.60

ANEXO 3: Cuadro de Sondeo

Lista de micro y pequeñas empresas encuestadas

N°	Razón Social	Definición	Representante
1	El Águila	Prolongación José Gálvez N° 1215	Alicia Reyes de Cmizario
2	El Rincón del Mono	Jr. Cahuide N° 114	Susana Flores
3	Mary Tere	Jr. Cahuide N° 248	Mary Vergaray Moreno
4	Mr. Chicken	Jr. Cahuide N° 286	Zoila Montañez Ruiz
5	Big Beng	Jr. José Balta N° 283	José Gordillo López
6	Luz	Mercado El Progreso Psto 135	Luz Rojas Pinedo
7	Las Delicias	Mercado El Progreso Psto 14	Delia Quispe Capa
8	Quezada	Mercado El Progreso Psto 86-98	Nelly Pereda Collantes
9	Doña Nora	Jr. Libertad 414	Lidia Nora Pumaricra Aguirre
10	Carbajal	El Progreso	Abraham Carbajal

ANEXO 4: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **LA GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES EN EL P.J. EL PROGRESO, CHIMBOTE, 2017**. Para obtener el título de licenciado en administración.

Se le agradece anticipadamente la información que usted proporciona.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria

- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE DE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

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

- a) Benchmarking
- b) Red-corporativas
- c) Liderazgo

d) Otros

12. Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

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

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

- a) Si
- b) No

14. La gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización

- a) Si
- b) No

2.1.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

15. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

18. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

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

20. ¿Cree ud. Que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?

- a) Si
- b) No

21. ¿Cree ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?

- a) Si
- b) No

ANEXO 5: Figuras

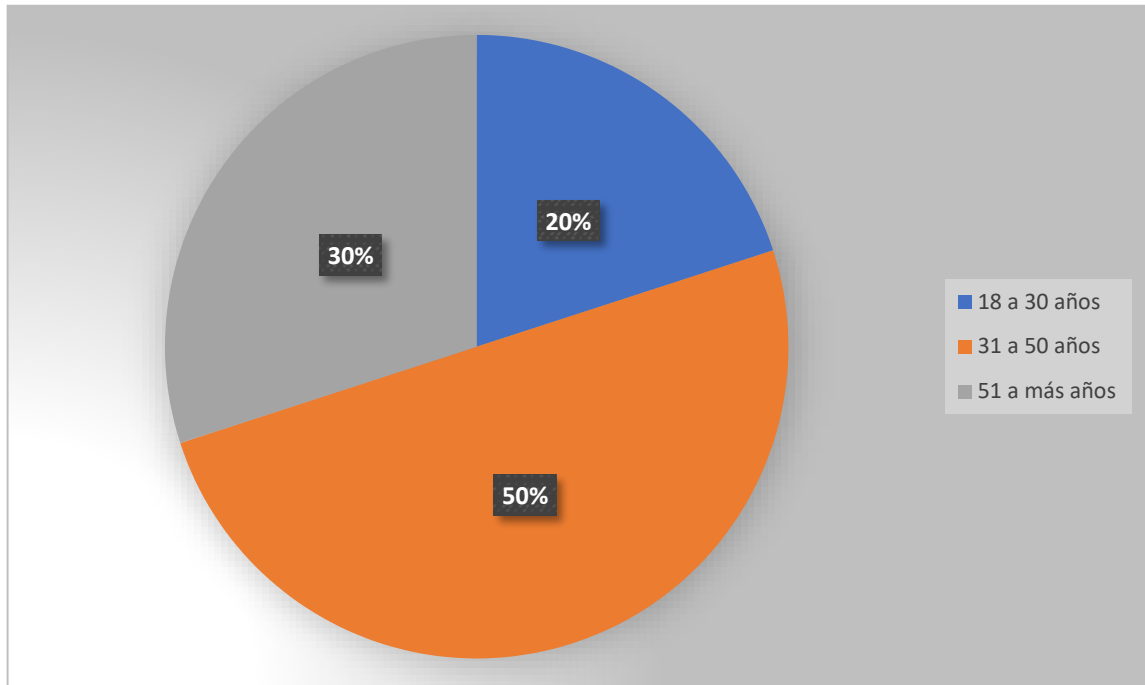


Figura 1. Edad
Fuente. Tabla 1

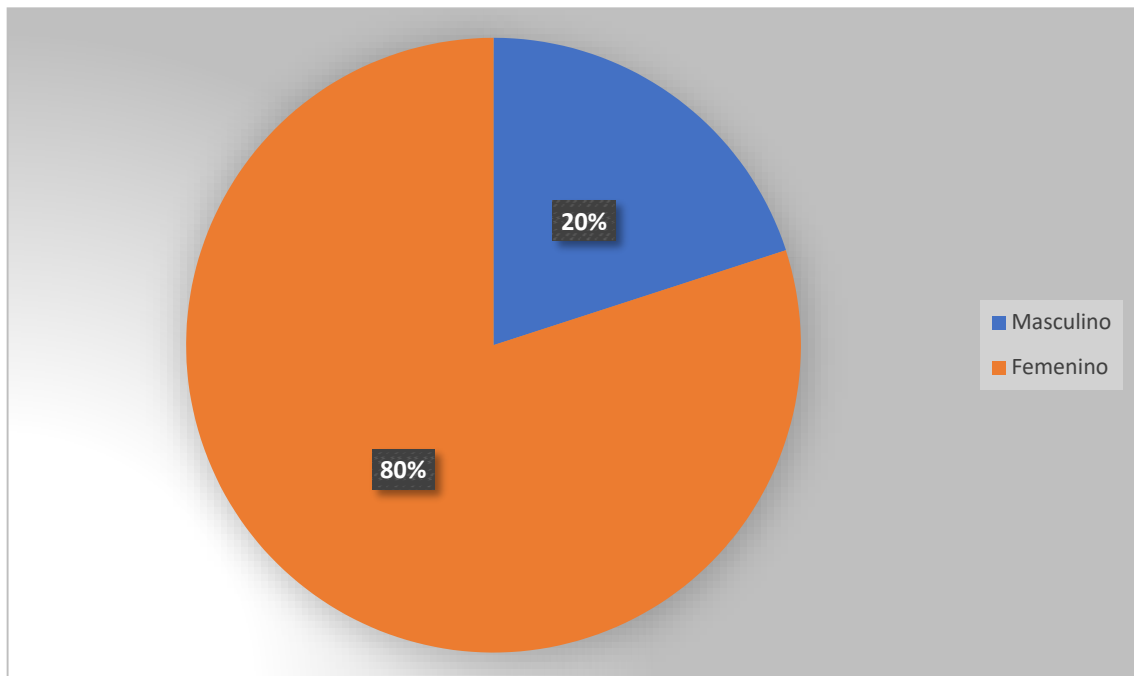


Figura 2. Género
Fuente. Tabla 1

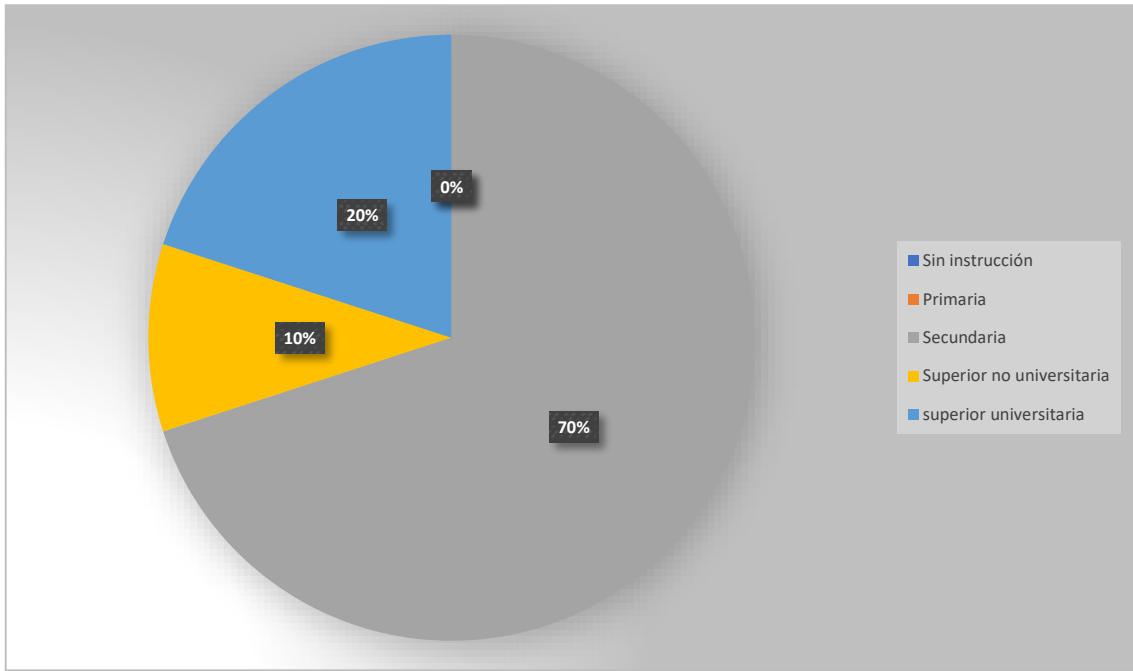


Figura 03. Grado de instrucción
Fuente. Tabla 1

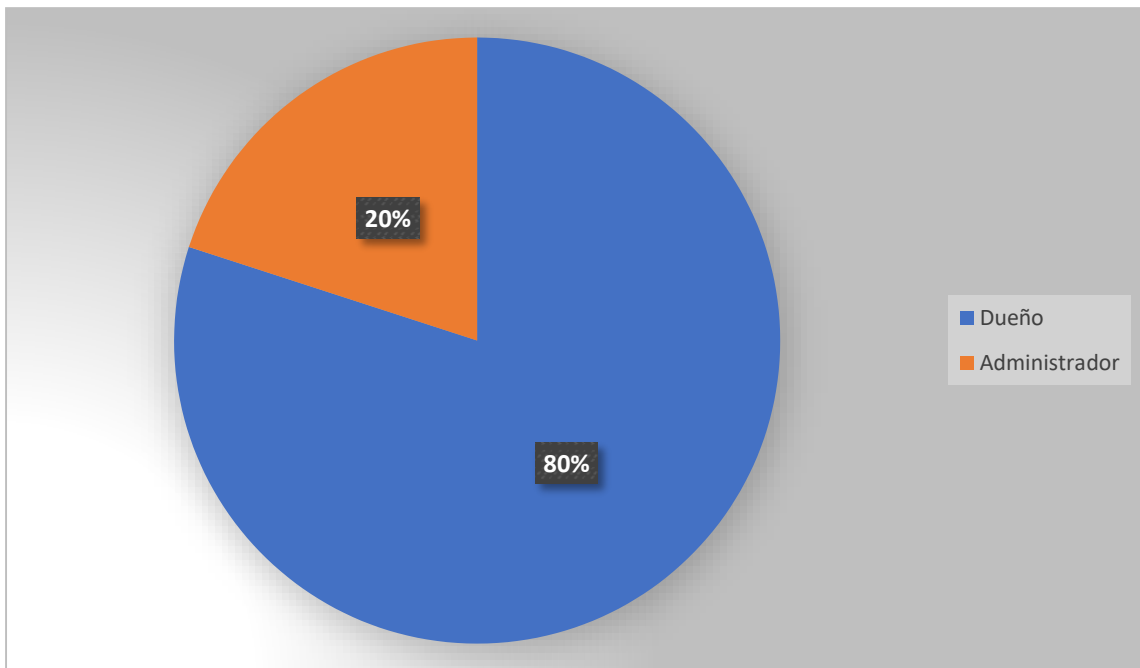


Figura 4. Cargo que desempeña
Fuente. Tabla 1

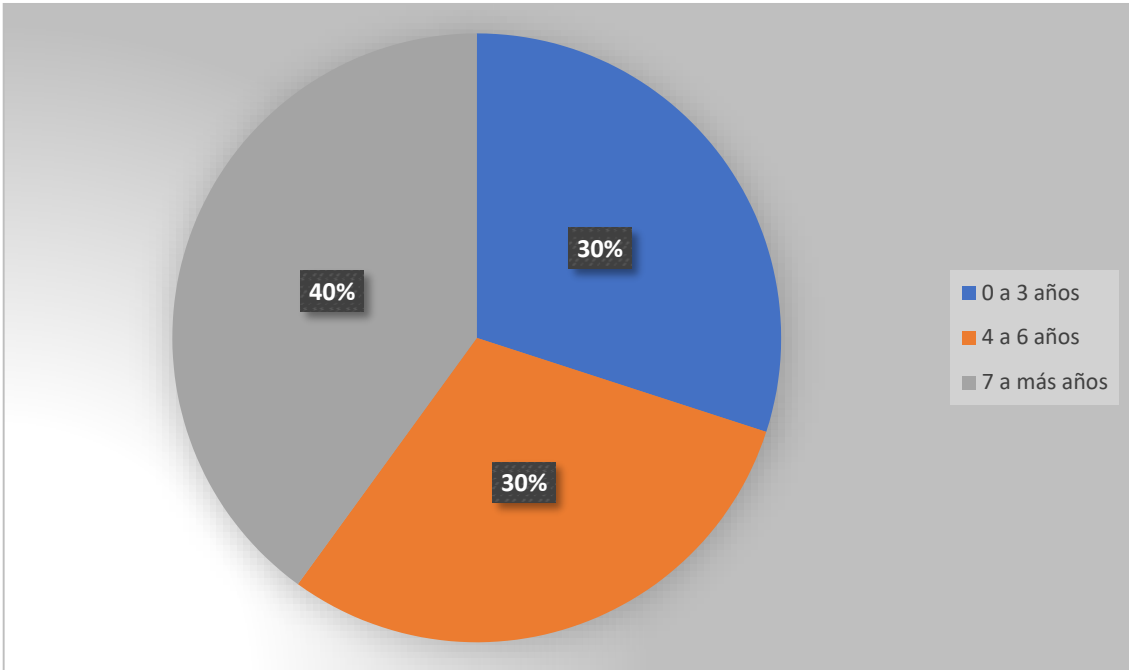


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo
Fuente. Tabla 1

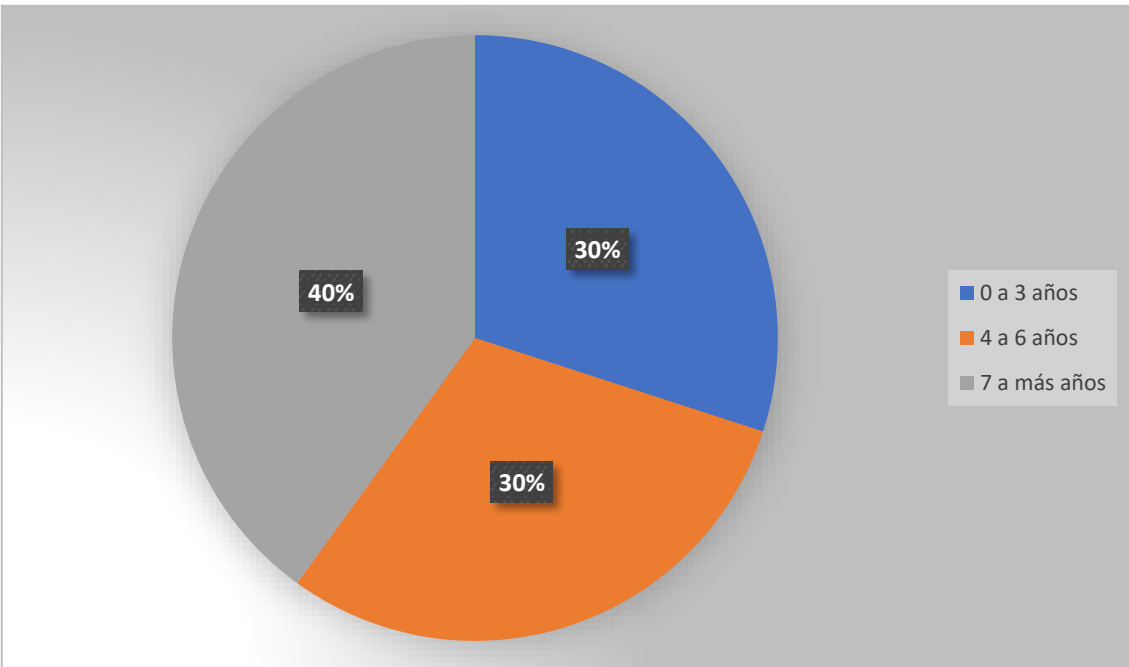


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro
Fuente. Tabla 2

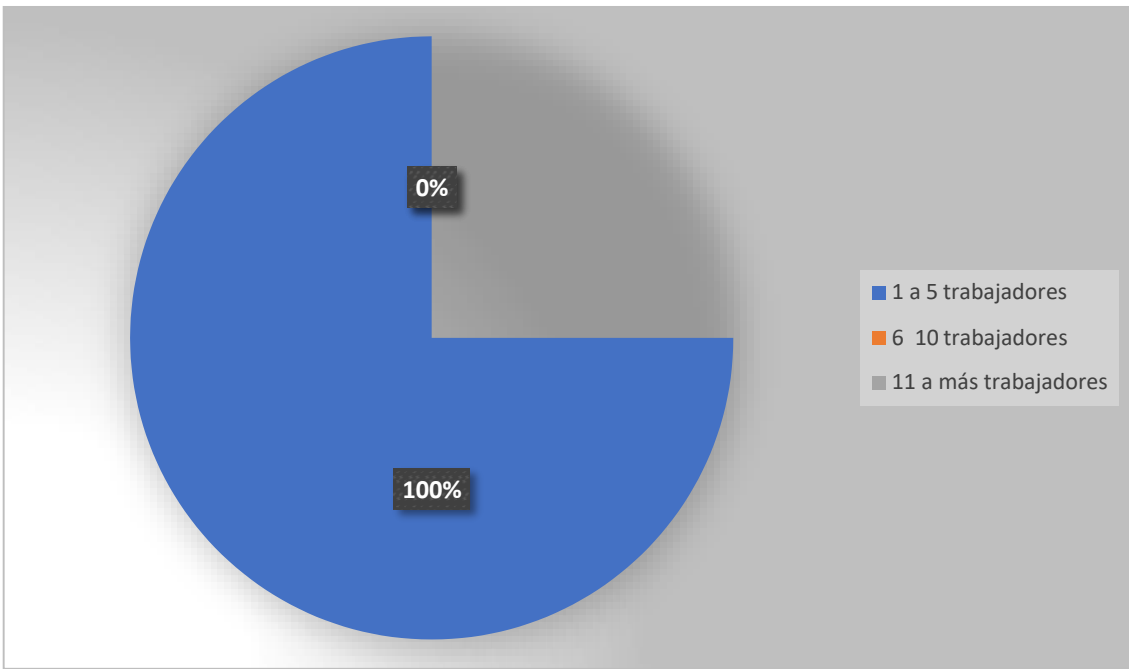


Figura 7. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

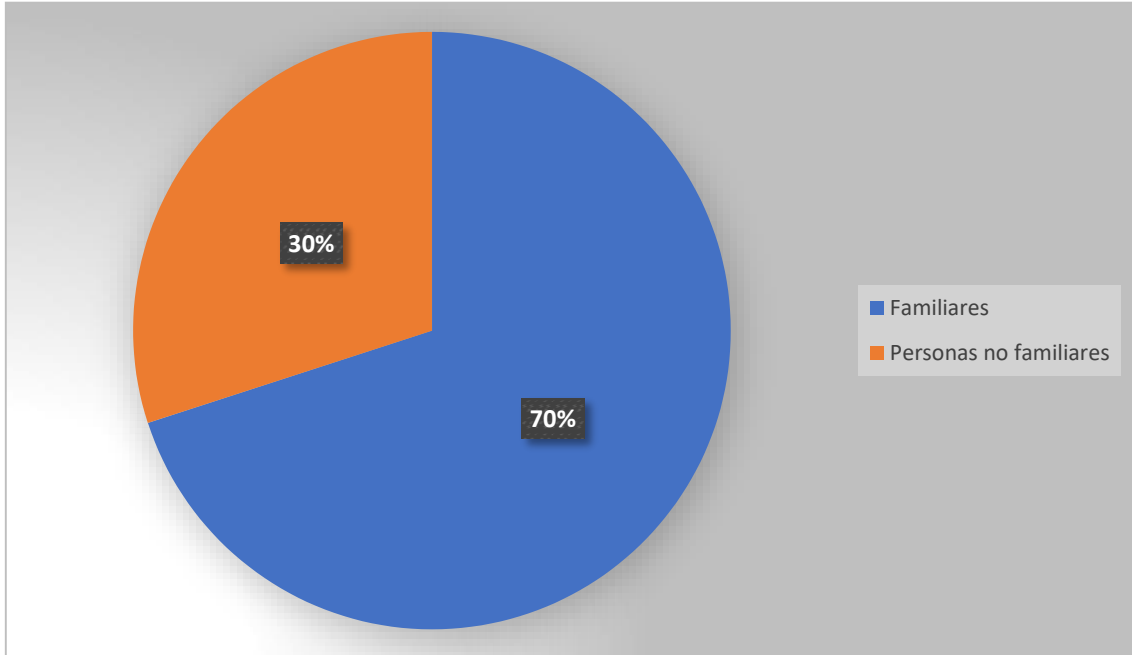


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa
Fuente. Tabla 2

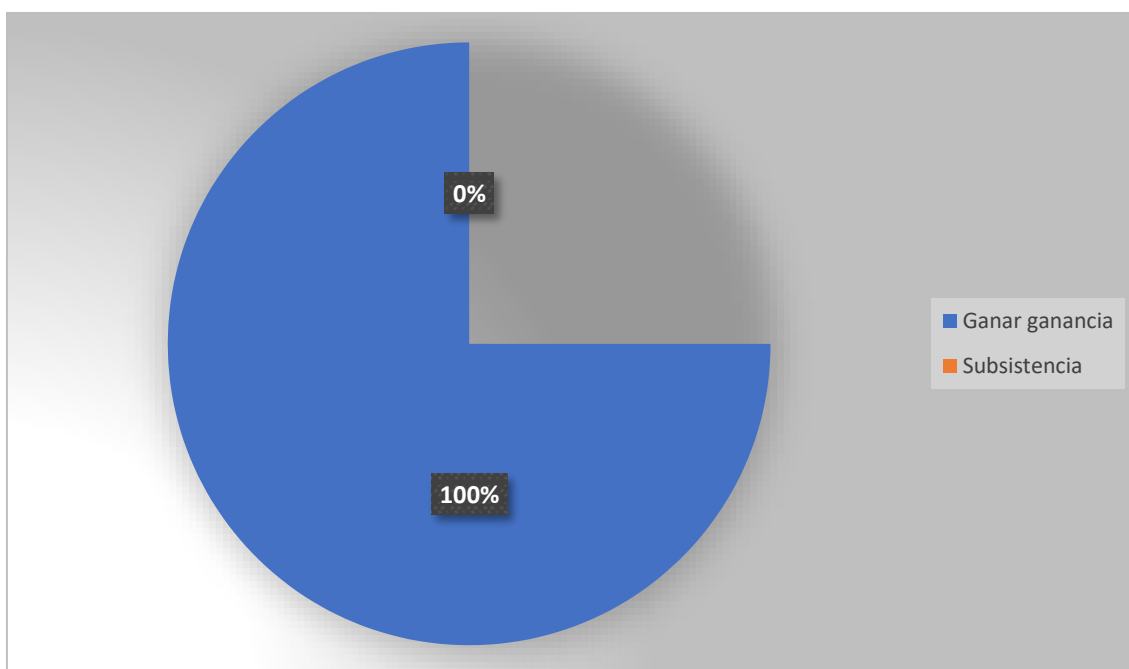


Figura 9. Objetivo de la creación
Fuente. Tabla 2

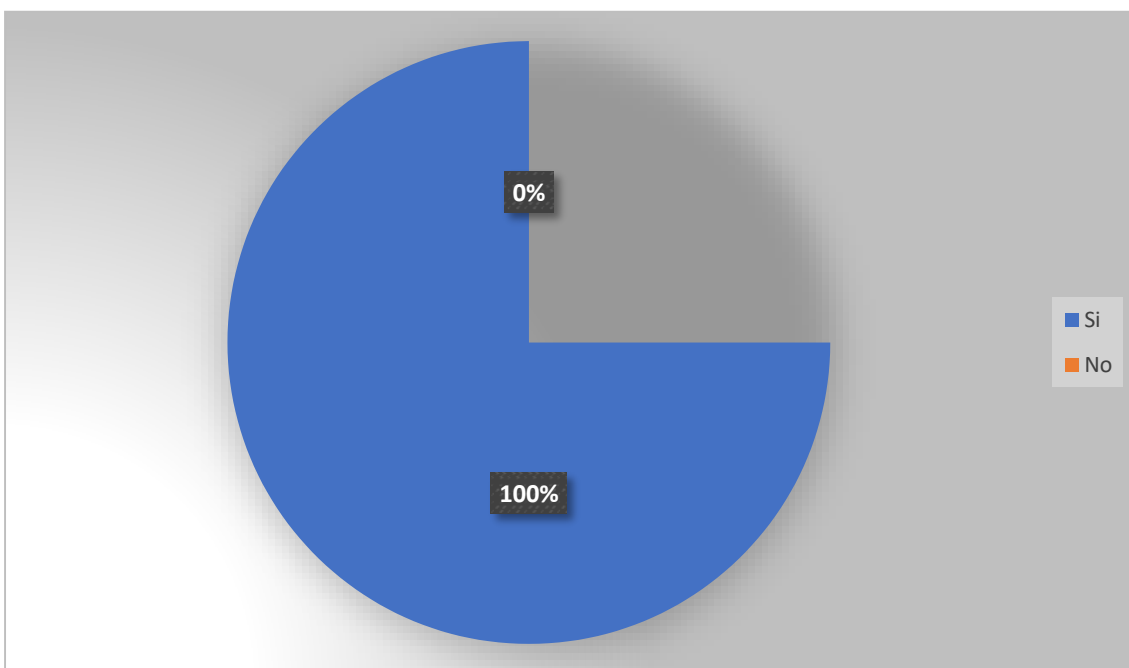


Figura 10. Término Gestión de Calidad
Fuente. Tabla 3

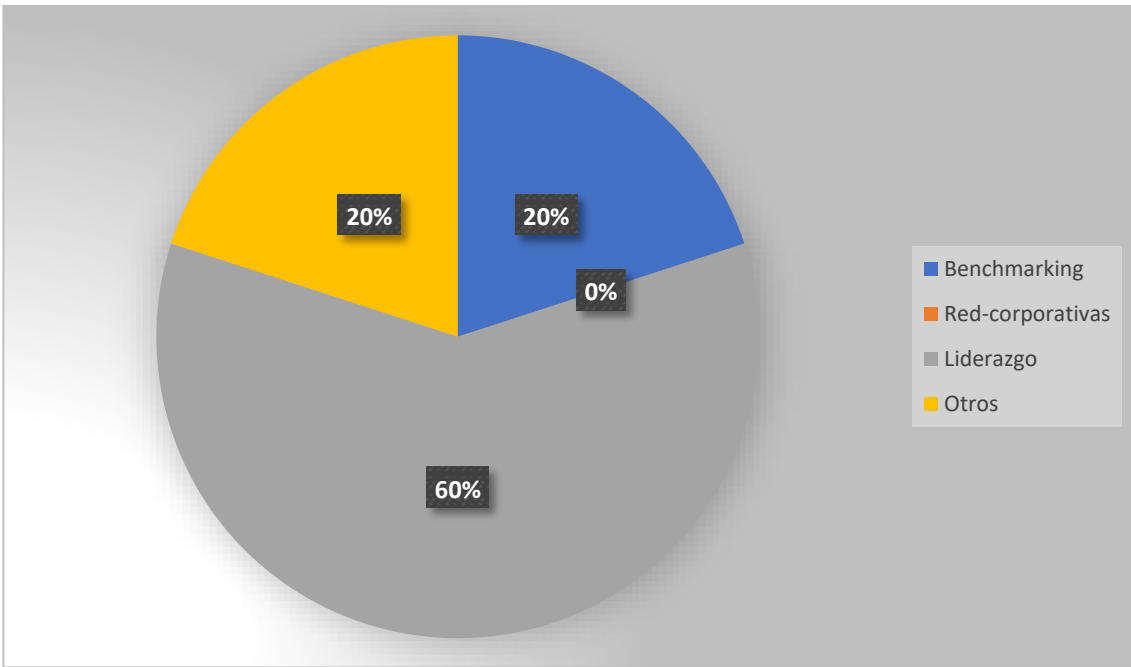


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

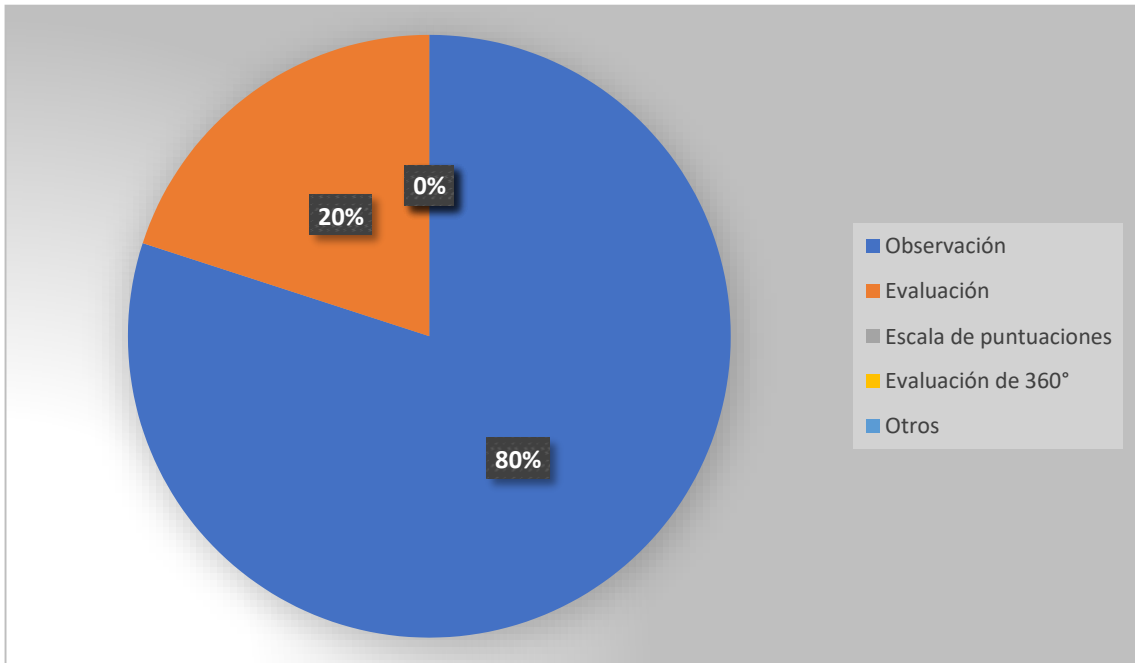


Figura 12. Técnicas de medición del rendimiento
Fuente. Tabla 3

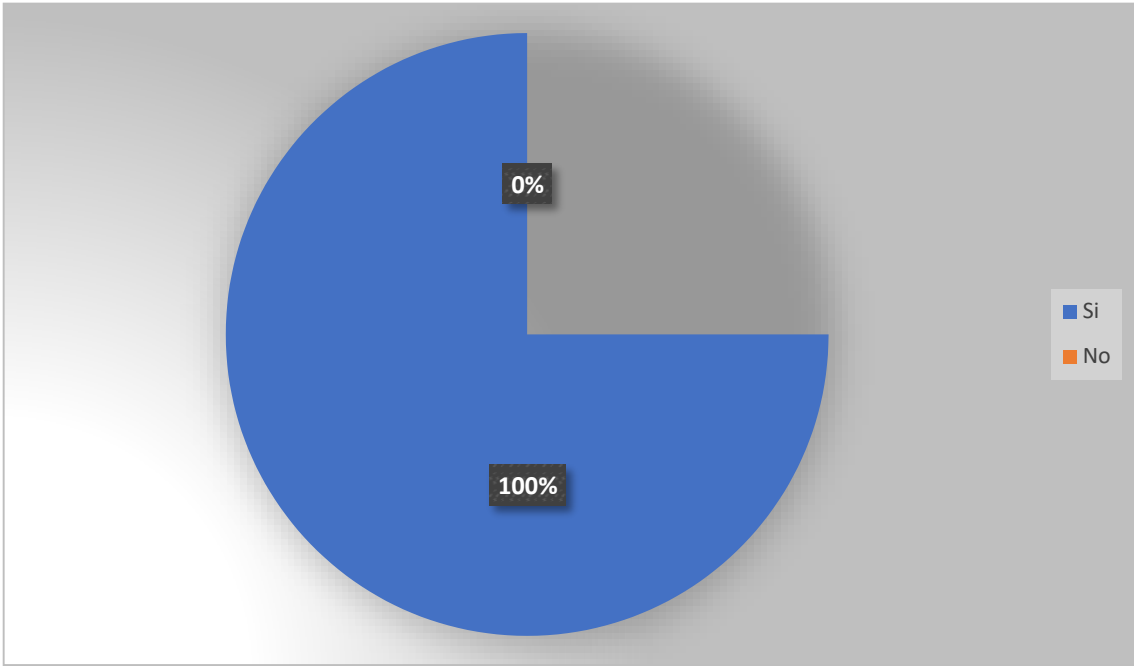


Figura 13. La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

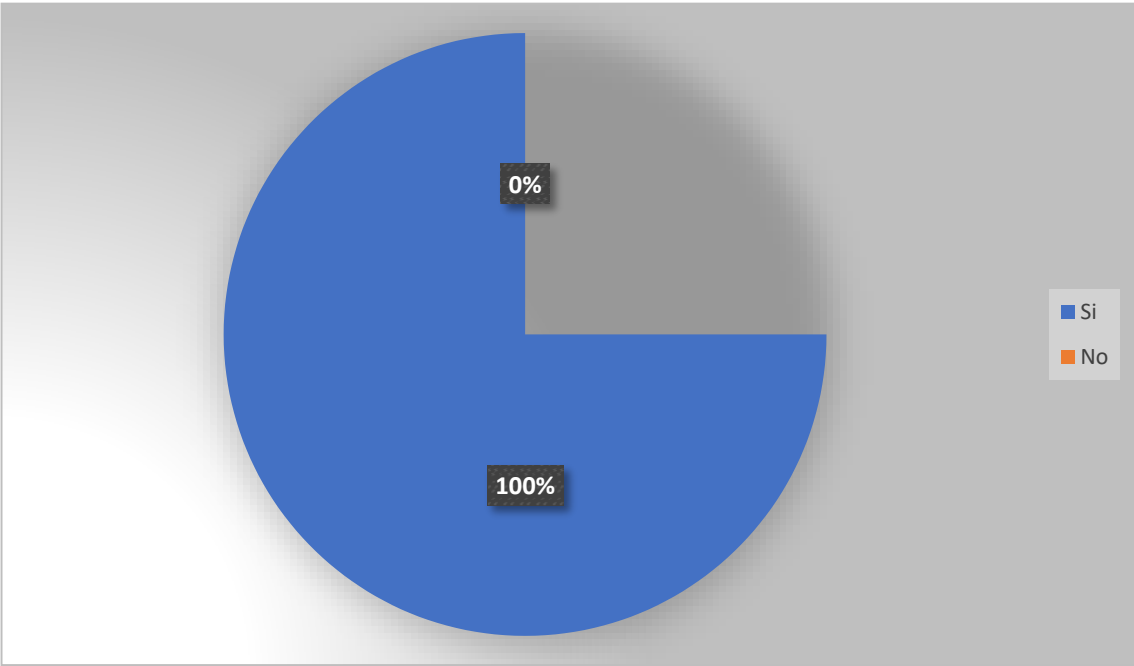


Figura 14. La gestión de la calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización

Fuente. Tabla 3

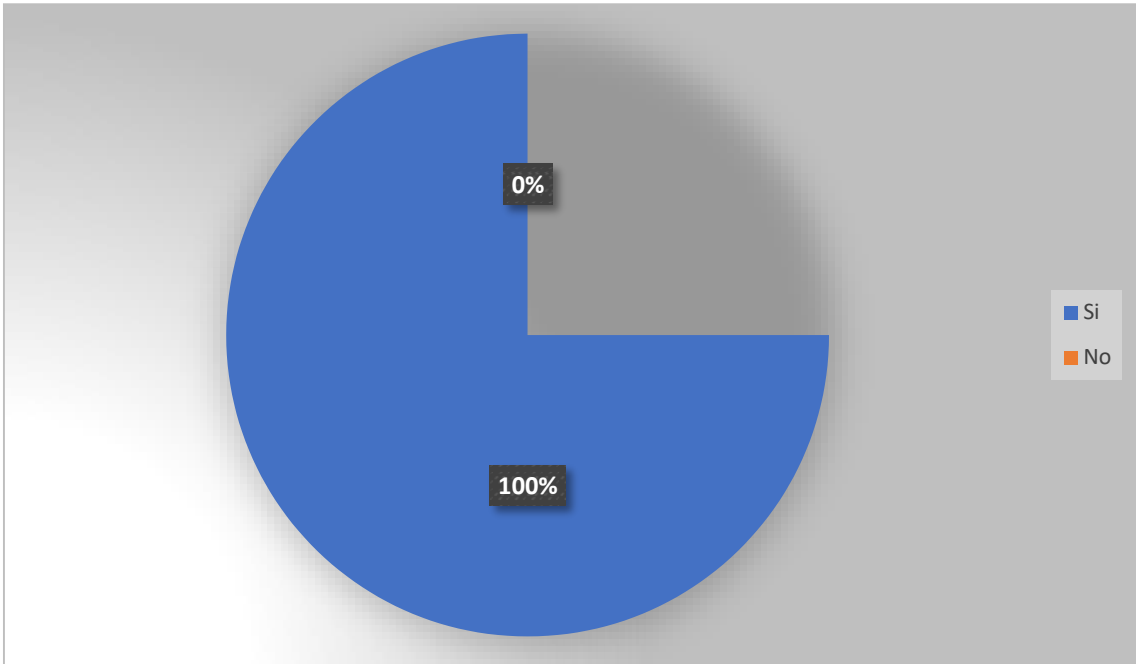


Figura 15. Término atención al cliente
Fuente. Tabla 3

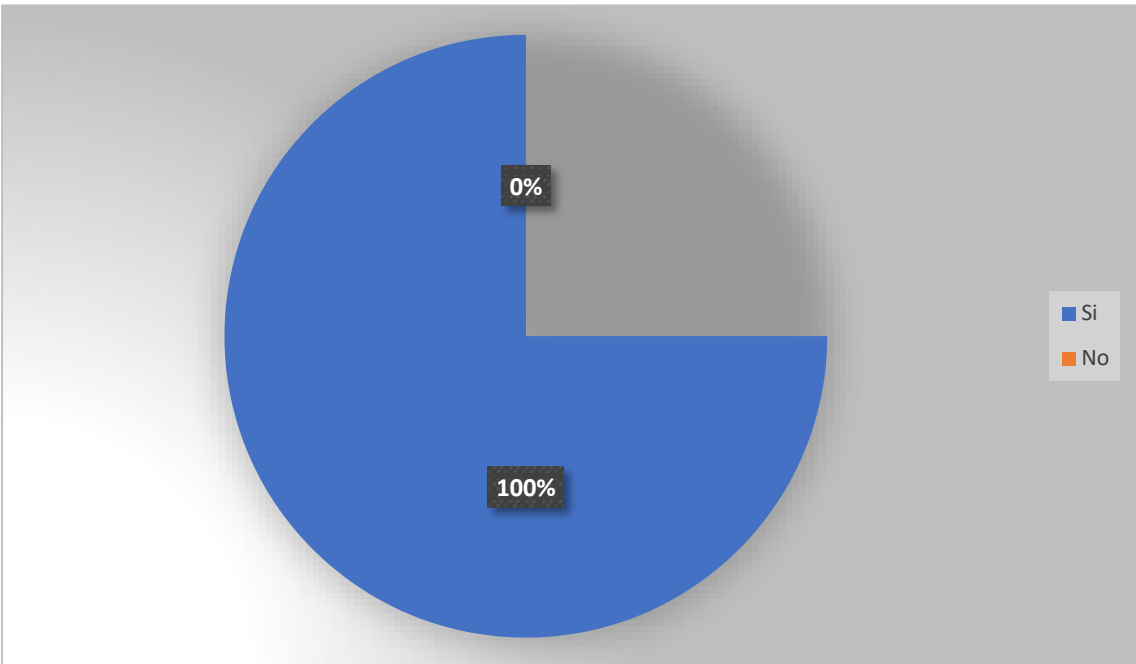


Figura 16. Emplea la gestión de calidad en la actividad que realiza
Fuente. Tabla 3

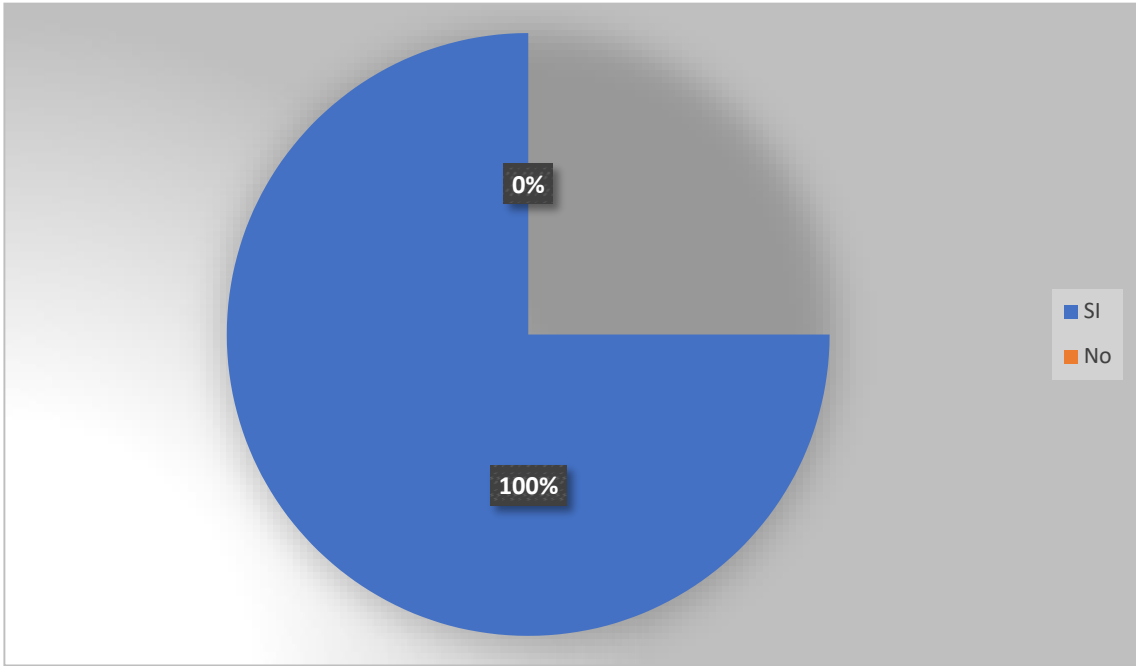


Figura 17. La calidad en la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento
 Fuente. Tabla 3

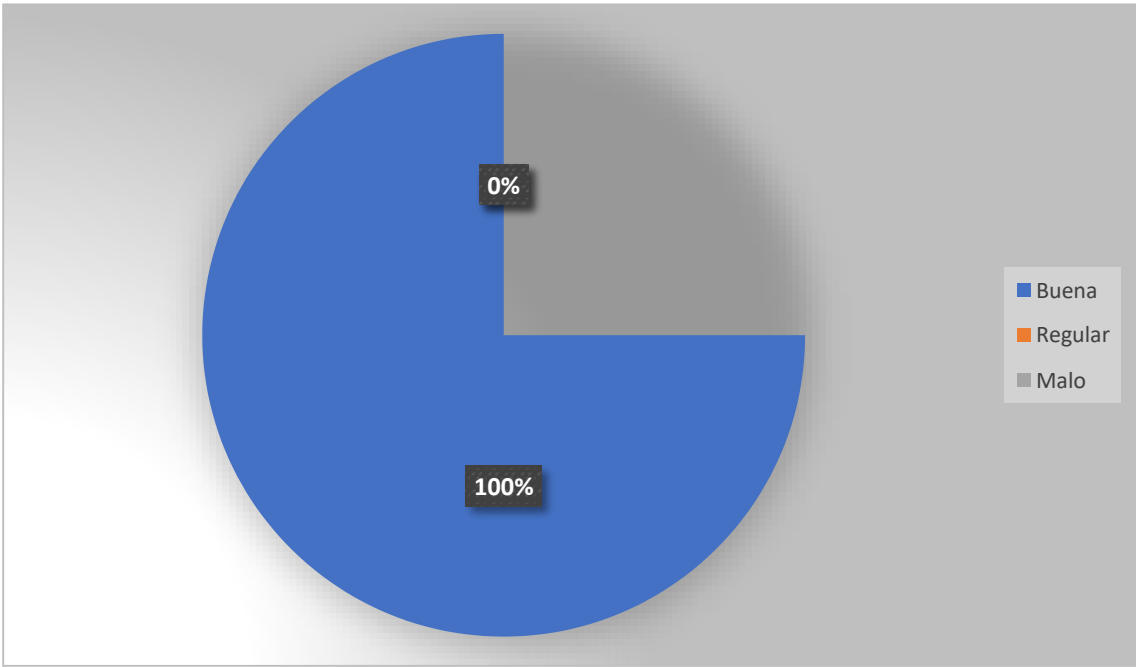


Figura 18. La atención que brinda a los clientes es:
 Fuente. Tabla 3

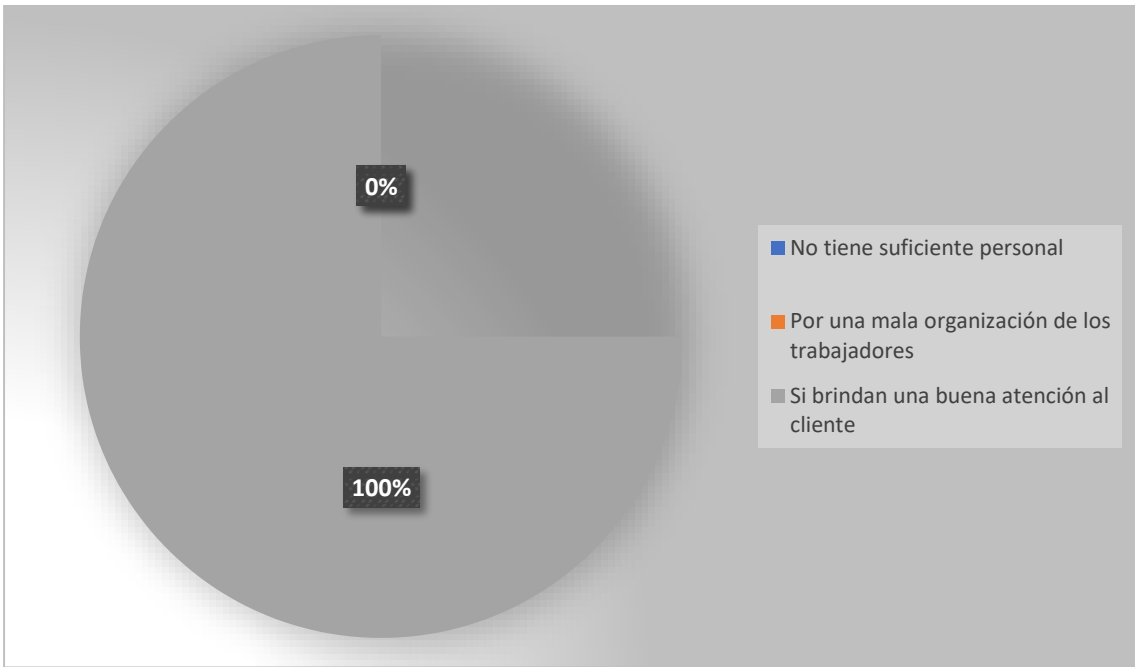


Figura 19. Considera que se está brindando una incorrecta atención al cliente
 Fuente. Tabla 3

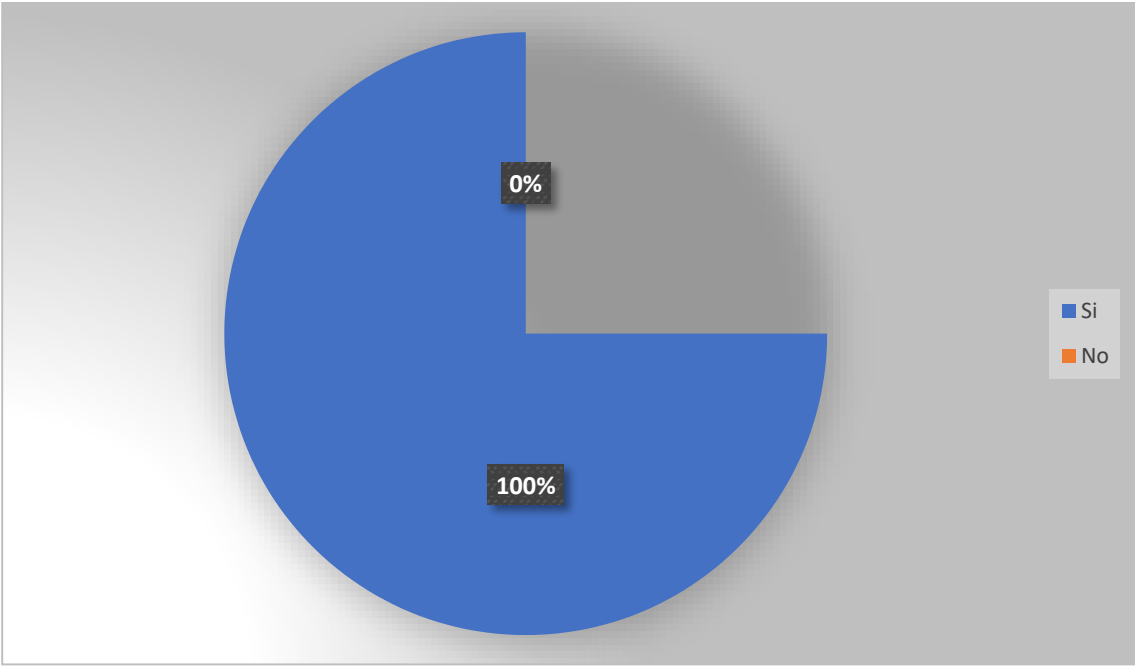


Figura 20. La empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes
 Fuente. Tabla 3

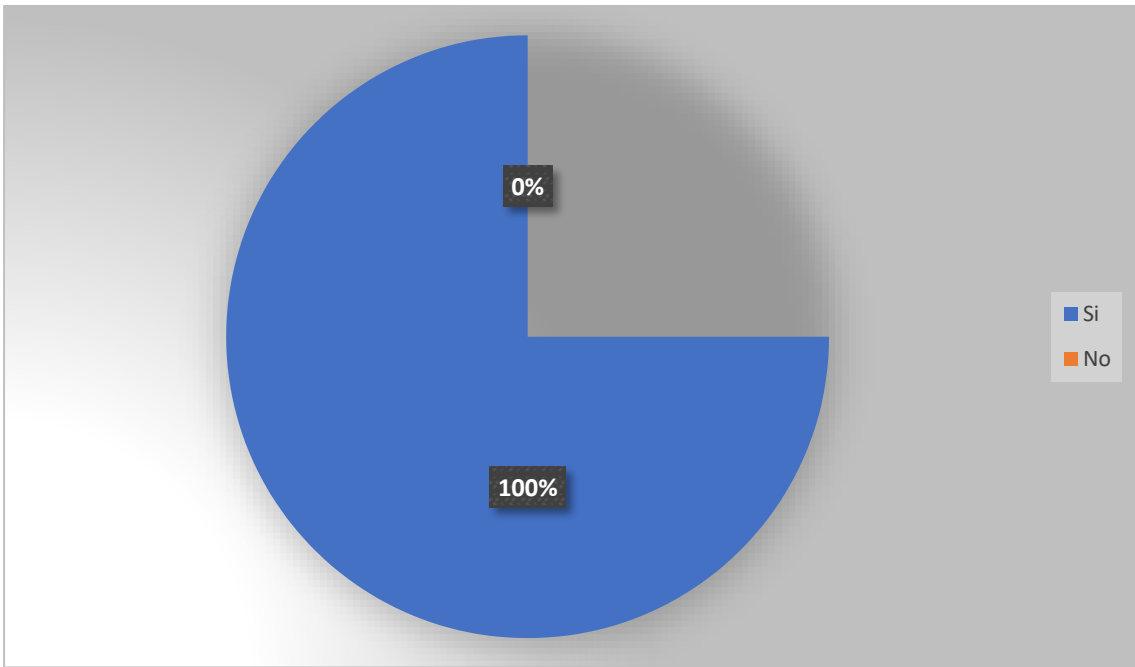


Figura 21. Brindando una buena atención al consumidor le va permitir el posicionamiento de su empresa en el mercado

Fuente. Tabla 3