



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN
LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, SECTOR
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE DE COMIDA
ORIENTAL, CASCO URBANO, CIUDAD DE
CHIMBOTE, 2016.

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

AUTOR

CHIQUIRUNA ARROYO, CRISTHIAN LORENZO

ORCID:0000-0002-3046-125X

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID:0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Chiquiruna Arroyo, Cristhian Lorenzo

ORCID:0000-0002-3046-125X

Universidad católica los ángeles de Chimbote, estudiante de pregrado,
Chimbote, Perú.

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID:0000-0002-6399-5928

Universidad católica los ángeles de Chimbote, facultad de ciencias
contables financieras y administrativas, escuela profesional de
administración, Chimbote, Perú.

PRESIDENTE

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

MIEMBRO

Solano Castillo, Marlon Juniors

ORCID: 0000-0001-5584-0523

MIEMBRO

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidenta

Solano Castillo, Marlon Juniors

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

Centuri3n Medina, Reinerio Zacarias

Asesor

HOJA DE AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

A mi Madre Angélica Arroyo, por su comprensión, apoyo y paciencia, ya que, a pesar de su limitado tiempo, me brindo la ayuda necesaria para culminar con mis estudios.

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, por darme la sabiduría y la fuerza necesaria para culminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación.

A mi familia, por brindarme el apoyo incondicional, por su confianza y esfuerzo, para así cumplir con mis objetivos planeados.

DEDICATORIA

Dedicado a Dios, por su infinito amor y misericordia, que me ha dado la sabiduría necesaria para realizar este informe de investigación.

A mis padres y hermanos, por ser la razón de mi vida, a mi Esposa, porque día a día están conmigo ayudándome para seguir adelante, cuando muchas veces quise desistir ellos estuvieron ahí, quienes mucho más se sienten orgullosos de todo lo que he podido lograr.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, 2016. La investigación fue no experimental-transversal-descriptivo, con una muestra de 11 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, obteniendo como resultado: El 90.90% de los representantes tienen entre 31 – 50 años, el 63.60% son de género masculino, el 54.50% tiene estudios no universitarios, el 81.20% son administradores del negocio, el 45.50% tiene una permanencia de 0 – 5 años, el 63.60% cuenta con 5 – 10 trabajadores, el 90.90% tiene como objetivo genera rentabilidad. El 72.70% si conoce el termino gestión de calidad, el 100.00% indica que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio, el 100.00% indica que permite alcanzar objetivos y metas, el 100.00% indica que si conoce el termino atención al cliente, el 100.00% enfatizan la atención al clientes es fundamental para que este regrese, el 100.00% atienden y dan soluciones a los reclamos, el 100.00% considera que la atención al cliente les permite el posicionamiento en el mercado. Como conclusión la Micro y pequeña del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, si conocen el término gestión de calidad, y consideran que es esencial para mejorar los procesos de sus negocios.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Micro y pequeña empresa, plan de mejora, Representantes.

ABSTRACT

The present research work had as a general objective: Describe the main characteristics of quality management under the focus of customer service in the micro and small business of the service sector, oriental food restaurant, urban area of the city of Chimbote, 2016. The research was non-experimental-transversal-descriptive, with a sample of 11 Mypes, to which a questionnaire of 23 closed questions was applied, obtaining as a result: 90.9% of the representatives are between 31 - 50 years old, 63.6 % are male, 54.5% have non-university studies, 81.2% are business administrators, 45.5% have a permanence of 0 - 5 years, 63.6% have 5 - 10 workers, 90.9% aims to generate profitability. 72.7% if they know the term quality management, 100% indicate that quality management contributes to the improvement of the business, 100% indicates that it allows to achieve objectives and goals, 100% indicates that if they know the term customer service, 100% emphasize customer service is essential for its return, 100% attend and give solutions to claims, 100% believe that customer service allows them to position themselves in the market. In conclusion, the Micro and small of the service sector, heading oriental food restaurant, urban center of the city of Chimbote, if they know the term quality management, and consider it essential to improve their business processes.

Keywords: Quality management, customer service, Micro and small business, Representatives, improvement plan.

CONTENIDO

1. Título de la Tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Resumen.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I.Introducción.....	1
II.Revisión de la Literatura.....	5
III.Hipótesis.....	25
IV.Metodología.....	26
4.1.Diseño de la investigación.....	26
4.2.Población y Muestra.....	26
4.3.Definición y operacionalización de la variable e indicadores.....	27
4.4.Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	29
4.5.Plan de análisis.....	30
4.6.Matriz de Consistencia.....	31
4.7.Principios éticos.....	33
V.Resultados.....	34
5.1.Resultados.....	34
5.2.Análisis de resultados.....	39
VI.Conclusiones.....	56
Aspectos complementarios.....	57
Referencias Bibliográficas.....	58
Anexos.....	62

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas	N° de Página
Tabla 1.....	34
Características de los Representantes de la Micro y Pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote 2016.	
Tabla 2.....	35
Características de la Micro y Pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote 2016.	
Tabla 3.....	36
Características de la Gestión de Calidad en atención al cliente, en la Micro y Pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, caso urbano de la ciudad de Chimbote 2016.	
Tabla 4.....	38
Elaboración de plan de mejora a los resultados, en la Micro y Pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote 2016.	

Figuras

N° de Página

Figura 1. Edad del encuestado.....	75
Figura 2. Género del encuestado.....	75
Figura 3. Nivel de educación.....	75
Figura 4. Cargo que desempeña.....	76
Figura 5. Años en el cargo.....	76
Figura 6. Años de la empresa en el rubro.....	76
Figura 7. Cantidad de colaboradores.....	77
Figura 8. Los colaboradores que tiene en su empresa.....	77
Figura 9. Objetivo de creación.....	77
Figura 10. Conocimiento de gestión de calidad.....	78
Figura 11. Técnicas modernas de gestión de calidad.....	78
Figura 12. Dificultades para la implementación de gestión de calidad.....	78
Figura 13. Medición del rendimiento del personal.....	79
Figura 14. Contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa.....	79
Figura 15. Alcanzar los objetivos y metas de la empresa.....	79
Figura 16. Atención al cliente.....	80
Figura 17. Gestión de calidad al servicio que brinda.....	80
Figura 18. La atención al cliente es trascendente para que el cliente regrese a su negocio.....	80
Figura 19. Calificación de la atención.....	81
Figura 20. Mala atención al cliente.....	81
Figura 21. Técnicas modernas de atención al cliente.....	81
Figura 22. Atiende y da soluciones.....	82
Figura 23. Atención al cliente permite tener más clientes.....	82

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas son muy importantes porque representan el 95,90% del total de establecimientos nacionales, porcentaje que se incrementa hasta el 97,90% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las micro y pequeñas empresas brindan empleo a más de 80.00% de la población económicamente activa (PEA), y contribuyen cerca del 45%.00 del PBI, generan fuentes de trabajo, reducen la pobreza, pero a pesar de su importancia están tienen limitaciones que les impide seguir creciendo en el mercado, entre ellos la ausencia de una buena gestión de calidad, pero este problema no solo es a nivel nacional sino también a nivel internacional.

En país de España para Cerrada (2015) señala que las micro y pequeñas empresas, tienen obstáculos con la aplicación del marketing debido que tienen que vender sus productos y servicios, muchas de las micro y pequeñas empresas del sector comercial utilizan las redes sociales como Facebook, ya que muchas veces el canal de ventas que eligen las micro y pequeñas empresas españolas tiene mucho más que ver con la comodidad que con la efectividad. Los pequeños empresarios no son expertos digitales no tienen conocimientos de gestión de calidad.

Para Hernández (2009) las Mypes en Latinoamérica representan 97,56% del total de empresas y frente a esto, sus Estados, buscan mejorar su gestión de calidad, promoviendo leyes favorables, para su capacitación, asistencia técnica, facilidad de mercados, innovación y acceso a tecnología.

Según Roca y Mesones (2011) nos dicen que, en Perú, las microempresas representan un 96.10% de las empresas en el Perú, así mismo las pequeñas empresas representan el 3.30% y finalmente las medianas y grandes empresas el 0.60% con esta información se manifiesta que no existe un crecimiento natural y sostenible de las micro y pequeña empresa. Así mismo las MYPES necesariamente deben desarrollarse para poder enfrentar los retos de la globalización, la internacionalización y los nuevos

modelos de negocios las mismas que requieren nuevos modelos de articulación para poder ser competitivos y aportar significativamente al desarrollo empresarial del país.

Las pequeñas y medianas empresas, conocidas como Mypes, no tendrían nada que envidiar a los grandes sectores de generación de ingresos al país. Dirigidas por empresarios creativos y emprendedores, estas máquinas de hacer negocio operan con menor cantidad de empleados e ingresos, pero su presencia tiene cada vez más fuerza en la economía. Lo malo es que, como en todo rubro empresarial, afrontan una serie de adversidades.

En el departamento Ancash es importante apoyar a la micro y pequeña empresa para que mejoren sus procesos de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, basándose en la aplicación correcta de herramientas o técnicas administrativas; entonces así se podrá mejorar los conocimientos de gestión empresarial para la toma de decisiones, como consecuencia la micro y pequeñas empresas tendrán un alto grado de crecimiento. Por otro lado, en el casco urbano del distrito de Chimbote donde se desarrollará el trabajo de investigación se desconoce si estas micro y pequeñas empresas en su mayoría aplican gestión de calidad o no.

En la ciudad Chimbote, donde se desarrollará la presente investigación existen Micros y pequeñas empresas dedicadas al servicio de comidas orientales, se encontró un gran crecimiento positivo de propietario dedicados a este tipo de negocio. Esto llevo a que los propietarios canalicen y apliquen mejoras, que al transcurrir el tiempo se pueda notar que las medidas correctivas que adoptaron los propietarios empobrecen toda una gestión administrativa y operativa, que en algunos casos los han llevado al fracaso, es por ello que el enunciado del problema es el siguiente:

a) Enunciado del problema:

¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, 2016?

b) Objetivo de la investigación:

- a. Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2016.

c) Objetivos Específicos:

- a. Describir las principales características del representante en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2016.
- b. Explicar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2016.
- c. Especificar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2016.
- d. Elaborar un plan de mejora a los resultados de la investigación en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante, comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2016.

d) Justificación de la investigación

Esta investigación se justificó porque permitió describir y conocer las principales características del representante en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote 2016.

Así mismo esta justificación nos permitió conocer la realidad de los restaurantes de comidas orientales, así mismo las características de los

representantes, también se observó el desempeño de la gestión de calidad y atención al cliente, su función en el ámbito empresarial.

También servirá como fuente de ayuda de futuros estudiantes que deseen comparar sus tesis, gestión de calidad en el rubro de comida oriental.

Este estudio tiene el diseño no experimental, transversal y descriptivo. Trabajándose con 11 Mypes mediante la técnica de la encuesta y para el recojo de datos, se aplicó un cuestionario sobre la calidad en atención al cliente y propuestas de mejora para corregir errores y faltas con el cliente.

Resultados

Como principales resultados tenemos el siguiente: El 90.90% de los representantes tienen entre 31 – 50 años, el 63.60% son de género masculino, el 54.50% tiene estudios no universitarios, el 81.20% son administradores del negocio, el 45.50% tiene una permanencia de 0 – 5 años, el 63.60% cuenta con 5 – 10 trabajadores, El 72.70% si conoce el termino gestión de calidad, el 100.00% indica que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio, el 100.00% indica que si conoce el termino atención al cliente, el 100.00% enfatizan la atención al clientes es fundamental para que este regrese, el 100.00% considera que la atención al cliente les permite el posicionamiento en el mercado, todos estos resultados se encontraran en la página 33, del capítulo V – Resultados.

Como conclusión la Micro y pequeña del sector servicio, indica que la mayoría de los representantes tiene entre 31 a 50 años de edad, así mismo la mayoría son de género masculino, también se concluye que la mayoría de las Mypes si conoce le termino de gestión de calidad, todas estas conclusiones se encuentran en la página 54, del capítulo VI – conclusiones.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Antecedentes

Ríos (2014) en su tesis *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*; tiene como objetivo general: Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huanchaco 2014. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Se llegó a los siguientes resultados: Que los representantes legales de las MYPES encuestadas predominan el sexo masculino con el 65%. El 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 – 44. En los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa con 60%. Se observa que, el tiempo en años predomina de 5-7 años con un 50%. Se observa que, un 90% de las MYPES son formales. El número de trabajadores permanentes representa un 95%. Se observa que, la finalidad por la que se formó la MYPES fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares, obteniendo un 45%. Podemos observar que; los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, que según lo encuestado nos arroja un 50%. Podemos observar que; según los representantes legales encuestados, creen que la gestión de calidad es importante para la organización, reflejándose esto en un 85%. Se observa que, de los 20 restaurantes encuestados, 15 de ellos que representa a un 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. Podemos observar que, un 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. Podemos observar que, el 85% de los representantes legales de las MYPES encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. Podemos observar que, un 80% de los representantes legales de las MYPES encuestados, respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo. Podemos observar que, un 60% de los representantes legales de las MYPES encuestadas, respondieron que

su capital social asciende de 11000 a 15000. Se observa que, un 80% de los representantes legales de las MYPES encuestadas, respondieron que si reinvierten en la empresa. Se observa que; de los representantes legales encuestados el 60% dijeron que si amplían la reinversión. Podemos observar que; un 90% de los representantes encuestados respondieron que la calidad es un factor importante para obtener rentabilidad. Se observa que; un 90% de los representantes legales de las MYPES respondieron que la rentabilidad mejoro en los 2 últimos años. Como conclusión indica que la minoría de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huanchaco tiene una edad de 35 a 44 años, así mismo la mayoría de sus representantes son varones, la mayoría absoluta de los representantes cuentan con estudios universitarios los cuales le han permitido mantenerse en el cargo entre 5 a 7 años, a la vez la mayoría relativa tiene como objetivo genera rentabilidad del negocio los cuales han permitido mantenerse en el mercado ya que la mayoría ofrece una buena atención.

Hernández (2014) en su investigación de su tesis *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresa del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014*; tiene como objetivo general determinar las características del marketing de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Llegó a los siguientes resultados: Respecto a los Gerentes y/o Administradores. El 40% de los gerentes y /o administradores de las MYPES encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años. El 66.67% de los gerentes y/o administradores de las MYPES son de sexo femenino. El 53.33 % (8) de los de los gerentes y/o administradores de las MYPES encuestadas tienen solo secundaria completa. Respecto a la gestión de calidad: El 66.67 % (10) de las MYPES encuestadas si realizan capacitaciones orientadas a la mejora del servicio. El 53.33% (8) de las MYPES encuestadas piensa que es responsabilidad de la empresa. El 60% (9) de las MYPES encuestadas indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo. El 86.67% (13) de las MYPES encuestadas si están certificadas por la ISO 9001. Respecto a la satisfacción de los clientes: El 75%(60) indican que el precio es accesible. El 62.5% (50) de los clientes encuestados

indican que la calidad es buena. El 75% (60) de los clientes encuestados indican que la atención es buena. El 62.5 % (50) de los clientes encuestados indican que el tiempo de espera fue normal. El 75 % (60) de los clientes encuestados indican que la calidad fue buena. El 25 % (20) de los clientes encuestados indican que es el precio. El 50 % (40) de los clientes encuestados indican que la evolución es buena. Por lo que concluye que en el estudio realizado podemos concluir que marketing y competitividad de las MYPES del rubro restaurantes son dos puntos que aún están muy lejos de estar en estándares óptimos que permitan realizar una correcta gestión de los negocios. Si bien es cierta la mayoría de los Gerentes y/o Administradores cuentan con estudios secundarios completos (53%) y (27%) cuentan con estudios primarios; esto significa una gran desventaja para el negocio ya que el mayor porcentaje de Gerentes y/o Administradores cuenta con estudios secundarios completos. Una problemática muy marcada en el rubro de la competitividad. El 73% de las MYPES es una amenaza muy fuerte que existe una gran posibilidad de que nuevos restaurantes traten de imitar las características, junto con la debilidad de que el local no se encuentra ubicado en un lugar propio. Otro punto muy importante es que el 67% de los restaurantes aplican la innovación tecnológica, un 20% opta por una innovación social lo cual es una forma para aumentar su competitividad en el rubro. Conclusiones: La mayoría relativa de los representantes de las Mypes de los restaurantes del distrito de la esperanza tienen entre 30 y 40 años, los cuales han permitido que la mayoría de estos representantes sean mujeres debido a que tienen mejor conocimiento en el servicio de comida, permitiendo que la mayoría absoluta de sus negocios sea por ofrecer un buen servicio.

Luna (2013) en su trabajo de investigación *caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de nuevo chimbote, 2013*; tiene como objetivo general 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. Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño no experimental –transversal-descriptivo- cuantitativo. Por lo tanto, de acuerdo al sector y el rubro que es restaurantes pudimos encontrar que existen 90 restaurantes en Nuevo Chimbote.

Muestra: se trabajó con una muestra dirigida de 23 Mypes, las que aceptaron participar en la investigación. El criterio de selección estuvo en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de las Mypes. Teniendo como resultados: El 60,9% son de género masculino. El 52,2% tienen una edad entre 18 y 30 años de edad. El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% de los representantes tiene 3 años en actividad. El 65,2% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores estos. El 69,6% son formales. El 65,2% mantienen a sus trabajadores en condición informal. El 100% de las Mypes encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO. El 60,9% de los encuestados aseguran que aplican una gestión de calidad. El 56,5% ponen en práctica como técnica de gestión la mejora continua. El 78,3% realiza capacitaciones orientadas al servicio. El 39,1% de los empresarios consideran que el precio es la prioridad de sus compras ante sus proveedores. Se concluye que: La mayoría de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, tienen la edad entre 18 a 30 años, tiene el grado de instrucción universitaria, cuenta como administrador 3 años en el rubro, de las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote están formalizadas, se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, mantienen a sus trabajadores en condición informal. Como conclusiones: La totalidad de empresarios del sector servicio rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero aplican una gestión administrativa lo cual los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, tienen prioridad el precio ante sus proveedores.

Campos (2015) su tesis *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes - cevicherías del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015*; cuyo objetivo general es determinar la manera en la cual influye la gestión de la calidad y competitividad en las Mype rubro restaurante cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. El diseño que se aplicará la investigación será no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural. También es de corte transversal porque que se mide a la vez la prevalencia

de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado. Es de nivel cuantitativa porque examina los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Recoge y analiza datos sobre las variables y estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar. La unidad de análisis está basada en tres MYPE, (restaurante cevichería “HOLSEN S”, restaurante cevichería “ROSAL VIVIENTE”, restaurante cevichería “EL LIMON NORTEÑO”), para la variable gestión de calidad la población está constituida por los propietarios de las MYPE. Obtuvo los siguientes resultados: Que el 67% de los encuestados respondieron que no usa información básica para la toma de decisiones. El 67% de los encuestados respondieron que no plantean estrategias para alcanzar sus objetivos propuestos. El 100% de los encuestados respondieron que si tienen una estructura de responsabilidades en el personal de servicio. El 100% de los encuestados respondieron que si tiene un flujo de comunicación el personal de servicio dentro de la empresa. El 100% de los encuestados respondieron que no capacitan constantemente al personal en cuanto a la importancia de calidad. El 67% de los encuestados respondieron que no toman decisiones frecuentemente para la mejora de su empresa. En cuanto a los clientes también encuestados el 59% de respondieron que la atención recibida no ha sido muy agradable. Se concluye que, si influye la gestión de calidad en la competitividad, pero no hay interés por los propietarios y/o administradores ya que la gestión de calidad en la actualidad es una estrategia dirigida al éxito competitivo de la empresa. Las características que tiene la gestión de la calidad en las Mype rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La primavera es la falta de conocimiento, la resistencia al cambio al nivel de gerencia lo ha repercutido en no lograr alcanzar los altos niveles de competitividad lo que ha incidido en la disminución de las ventas. Por los que los empresarios del grupo analizado deben de implantar un sistema de calidad como estrategia de gestión para ser más competitiva.

Sánchez (2013) en su investigación de tesis titulada, Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las MYPES es rubro restaurantes-

provincia de Trujillo año 2013; tiene como objetivo general Determinar y dar a conocer las principales características de una adecuada gestión de calidad, procesos de selección y como estos influyen en la rentabilidad de las Mypes rubro restaurantes. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Teniendo como resultados: que la mayoría de los representantes de las mypes rubro Restaurantes predomina el sexo masculino con el 80%, el 50% de los gerentes y/o administradores de las mypes encuestadas tienen una edad que fluctúa entre los 30 y 40 años. Podemos evidenciar que hay a nivel de gerencia una inclinación a la preparación a nivel superior ya que el 40% de los gerentes y/o administradores de las mypes encuestadas tiene estudios Superiores Completo, el 50% de los Gerentes tiene más de 1 año en el cargo. El 80% manifiestan que no se realiza ningún tipo de capacitación orientado o enfocado a la mejora del servicio. El 60% de los encuestados indicaron que no realizan ningún tipo de evaluación. En cuanto a los clientes podemos evidenciar que el mayor porcentaje de los encuestados (48%) manifiestan que la atención es mejorable. Podemos ver que el tiempo de espera no es un problema para la mayoría de los negocios ya que el 43% indicaron que la atención fue rápida. Además, el 64% indico que los productos le parecieron de buena calidad. Se concluye que el proceso de selección y la gestión de calidad las Mypes del Rubro restaurantes son dos puntos que aún están muy lejos de estar en estándares óptimos que permitan realizar una correcta gestión de los negocios. Si bien es cierto la mayoría de los Gerentes tienen estudios completos (40% superiores completos y 20% técnicos completos) pero han sido formados en sus respectivas especialidades: Administración, Economía, Marketing. Esto no es una desventaja, al contrario, le da una visión mucho más profesional de cómo deberían llevar el negocio, pero necesitan mucha más capacitación en temas relacionados con el rubro y con la gestión del personal que es uno de los puntos más débiles y descuidados en el rubro. En algunos casos al ser propietarios o hijos del propietario hace que se asuma una postura un poco más conservadora al momento de dirigir el negocio ya que se tiene la idea que si hasta el momento funciona bien y tienen clientes pues no es necesario ningún tipo de modificación en la dirección de la empresa. Como conclusiones: Las Mypes de los restaurantes de la provincia de Trujillo cuentan en su mayoría con representantes entre los 30 y 40 años, quienes tienen una

mayoría absoluta de representantes varones, los cuales en su mayoría se desempeñan en el cargo por más de 1 año.

Huallpahuque (2014) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de Dos Tenedores – Huaraz 2014*, tiene como objetivo general describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en el distrito de Huaraz 2014. Se utilizó una investigación cuantitativa de nivel descriptivo y se aplicó un diseño no experimental (Transaccional o Transversal). La población para este estudio fueron los dueños, gerentes o representantes legales de todas las MYPE del Sector Servicios - Rubro Restaurantes de Dos tenedores en el Distrito de Huaraz, siendo un total de 21 MYPE, (Fuente: Municipalidad Provincial de Huaraz / Área Tramifácil - 2015), se anexa la relación de los Restaurantes, en los cuales se aplicará una muestra censal. En sus resultados obtenidos indica que: El 51,5% de los representantes encuestados son mujeres. Del total de gerentes encuestados se observa que el 33,3% manifiestan tener de 36 - 45 años de edad. El 33.3% cuentan con estudios superiores universitarios. El 52,38% de gerentes encuestados, señalan que no aplican la mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos. El 42,86% de gerentes encuestados, manifiestan que no identifican los problemas que se puede presentar en la empresa. Se llega a la conclusión que la mayoría de los empresarios encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de dos tenedores del Distrito de Huaraz, tienen de 36 - 45 años de edad, son mujeres emprendedoras, con estudio superior universitario. La gestión de calidad, parte esencial de esta investigación es entendida como la aplicación de la mejora continua y la realización de cambios en el proceso, fundamental en aquellas organizaciones que quieren fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo.

Rodríguez (2017) en su investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito*

de Chimbote, 2016, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Tuvo por objetivo determinar la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidro biológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. La investigación fue tipo descriptivo – correlacional, nivel aplicada, de diseño no experimental/ transversal, se utilizó una muestra de 266 clientes de una población de 214, 804 a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: Respecto a la Gestión de Calidad: Los clientes consideran que el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. El 64,7% considera que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad. Respecto a la atención al cliente: El 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. El 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes. El 64,7% menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno. Respecto a la fidelización: El 67,7% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos. El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido. Se concluye que: La gestión bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

Antúnez (2017) en su estudio titulado *Gestión de la calidad de los servicios al cliente para micro y pequeños servicios rubro restaurant, en la ciudad de Huarney, 2016*, presentado en la Universidad Católica de Chimbote. El objetivo general fue determinar las características principales de la gestión de la calidad al servicio de los clientes de las micro y pequeñas empresas (MYPE) en el sector de servicios: el sector de la restauración en la ciudad de Huarney, 2016. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 22 Mypes de una población de 26, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes

resultados: El 59,1% aplica una gestión de calidad. El 40,9% utiliza la mejora continua como técnica de gestión. El 50% planifica sus actividades. El 36,4 % considera el buen trato como prioridad ante sus clientes y el 59.1% cree que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y el 54,5 % no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de las Mypes encuestadas están aplicando una gestión de calidad, y usando la técnica de mejora continua, planificando sus actividades. Así mismo, la mayoría prioriza el buen trato al cliente, contribuyendo al aumento de ventas en su negocio.

Bases Teóricas

Definición de la Micro y Pequeña Empresa

De acuerdo con Ley 28015 (Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa) menciona en el artículo 2, que las micro y pequeñas empresas es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos (recursos, procedimientos, documentos, estructura organizacional y estrategias) para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en satisfacción del cliente y en el logro de los resultados deseados por la organización.

En nuestra investigación no permitió conocer una muestra de 11 restaurantes de comida oriental en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, y conocer que el 36.40% tiene entre 5 a 10 años en el mercado, se encuentran consolidadas y con proyecciones de permanencia en el mercado.

Características de las Mype

La Ley 30056 – Artículo N°5

De acuerdo con la nueva ley desde ahora una microempresa será la que tiene ventas anuales desde 1 UIT (Unidad Impositiva Tributaria) hasta un máximo de 150 UIT y una pequeña empresa la que vende entre 150 UIT y 1.700 UIT. Durante los tres primeros años, desde su inscripción en el REMYPE, las nuevas empresas no serán sancionadas al primer error si cometen una falta laboral o tributaria, sino que tendrán la posibilidad de enmendarlo Microempresa, de 1 hasta 10 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Pequeña Empresa, de 1 hasta cien 100 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Así mismo se debe considerar que año tras año ah ido cambiando el valor de la UIT, para este año 2020 tiene un valor de 4300 soles.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

Según Vásquez (2013) en la actualidad las MYPES representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas. Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.

Para Cruz (2013) el proceso de gestión está dividido en cuatro partes:

La Planeación

Es la primera ficha de este rompecabezas, dentro de ella se siguen los siguientes pasos:

- Investigación del entorno e interna.
- Planteamiento de estrategias.
- Políticas y propósitos, así como de acciones a ejecutar en el corto.
- Medio y largo plazo.

La Organización

La segunda ficha, es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas.

La Dirección

Es la tercera ficha es la actividad que consiste en orientar las acciones de una empresa, una organización o una persona hacia un determinado fin, también es la ejecución de los planes, la motivación, la comunicación y la supervisión.

El Control

La ficha de cierre, es la función que se encarga de evaluar el desarrollo general de una empresa. Dentro de esta investigación consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos de las empresas.

Gestión de la calidad

Maseda (2009) nos dice: es conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa. Esta tarea consta principalmente de los siguientes aspectos. Definir las políticas de calidad de la empresa, en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio. Establecer objetivos claramente definidos, acordes con las políticas de la empresa. Realizar la planificación en base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios. Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación. Seleccionar y formar al personal para cada puesto de trabajo. Motivar a la gente para el logro de los objetivos. Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias. El conjunto de acciones aquí indicadas son imprescindibles si se quieren lograr los objetivos de la calidad. Es importante destacar que es necesaria la participación de todo el personal del departamento, e incluso de técnicos o especialistas de otros departamentos, en el establecimiento de los objetivos de calidad.

Para Ríos (2009) la gestión de la calidad es un proceso de gestión oportuno y adecuado de valor agregado, que promueve y ejecuta las políticas de calidad en forma permanente con el objeto de dirigir su programa y procesos hacia niveles expectante y elevados, para obtener y mantener el nivel de calidad del producto, de acuerdo con las necesidades y exigencias del público usuario.

Gestión de la calidad es satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores en base a una adecuación al uso de los productos o servicios.

Según Maseda (2009) satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores en base a una adecuación al uso de los productos o servicios. Para el Dr. Kaoru Ishikawa un auténtico control de calidad consiste en desarrollar, diseñar, producir y servir un producto o servicio de calidad, el cual debe serlo más económico posible, útil y siempre satisfactorio para el cliente o usuario. Cuando la calidad se obtenga como consecuencia de que todas las personas que están en el proceso se empeñen en obtener

calidad a la primera, en realizar constantemente el óptimo posible, diremos que no se necesitará el control de calidad, pues el fabricar calidad sería un proceso natural. En realidad, esta es una situación ideal, pues, aunque todos intenten alcanzar el óptimo, habrá algunos que tal vez no consigan, haciendo imprescindible el control de calidad. Lo importante en este caso sería el hecho de que el personal de control de calidad pasara de cumplir funciones de vigilancia, de fiscalización, de detección, a cumplir una función de supervisión bien entendida, es decir, de ayuda, de asesoramiento, de apoyo a cada uno de los trabajadores de la empresa para que pudieran alcanzar la calidad deseada en los respectivos puestos de trabajo.

Productos, procesos y servicios

Maseda (2009) nos dice que el cliente o usuario compra productos (automóviles, ropa, libros) o servicios (teléfonos, electricidad, educación). Tanto en unos como en los otros existe un proceso (fabricación, distribución, enseñanza) que es, en realidad, el que define las características de calidad del producto o servicio. Aunque existe la tendencia a hablar de calidad en productos, se puede establecer una íntima relación entre estos y los servicios. Las personas adquieren productos de muy diversa índole con los cuales se aseguran el conjunto de servicios que pueden proveer estos productos de acuerdo a su uso. Así, cuando compran un automóvil en realidad no sólo lo adquieren como producto, sino que también adquieren el servicio de transporte que les puede brindar. Podría decirse lo mismo de la comida, la ropa o cualquier otro producto. En algunos casos, el cliente ni siquiera compra el producto para beneficiarse de los servicios que puede prestarle. Compra sólo los servicios, quedando el producto como propiedad de otros, por ejemplo, alquiler de un automóvil, vivienda, oficinas, etc. Vemos entonces que, aunque hay diferencias entre las industrias de manufactura y de servicios, tienen muchos problemas de calidad comunes. En ambas existen características de calidad que contribuyen a la adecuación al uso de los productos o servicios.

Maseda (2009) también nos comenta que las características de calidad de los productos suelen ser bien cuantificables (dimensión, resistencia...) mientras que en el

caso de los servicios generalmente se presentan con difícil cuantificación (grado de satisfacción, comodidad, atención...), teniendo que recurrir a métodos indirectos para su valoración. Es relativamente fácil medir la resistencia de un componente mecánico o el diámetro de un eje, pues ya tenemos definida la característica y se conoce el patrón e instrumentos para realizar dicha medición.

Importancia de la gestión de la calidad

Para Carlos (2011) nos dice que cada vez más las exigencias de los consumidores en los actuales escenarios económicos son muy relevantes, especialmente por el rol que desempeña la calidad y en donde, las empresas exitosas están plenamente identificadas que ello constituye una buena ventaja competitiva.

Las empresas modernas saben, que para permanecer en los mercados y garantizar una buena participación se debe tener presente, que la calidad actualmente es muy importante tenerla bien controlada, porque ella involucra:

- 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.

Herrera (2010) nos menciona que para alcanzar la ejecución de los procedimientos de gestión de calidad en las compañías la norma ISO 9000 tiene 8 elementos que consiguen ser manejados con la finalidad de direccionar las compañías con visión de hacer las cosas cada día mejor con el trabajo, a continuación, los siguientes principios de la gestión de la calidad.

Enfoque al cliente.

- Liderazgo.

- Participación del personal.
- Enfoque basado en el proceso.
- Enfoque de sistema para la gestión.
- Mejora continua.
- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.
- Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.

La Gestión

Según Pérez & Merino (2008) el concepto de Gestión hace referencia a la acción y al efecto de administrar recursos, sea dentro de una entidad estatal o privada, para alcanzar los objetivos propuestos por la misma. Para ello uno o más individuos dirigen los proyectos laborales de otras personas para poder mejorar los resultados, que de otra manera no podrían ser obtenidos.

La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

La gestión, se entrelaza con la naturaleza cambiante del entorno de las organizaciones, sobre todo los cambios tecnológicos. La gestión siempre deberá centrarse en los seres humanos, sea cual fuere la situación de la empresa.

Para Rubio (2006) señala que siempre se debe estar atento a los cambios que se puedan dar en la empresa, utilizando todos los elementos para responder a los cambios que se realizara, en beneficio de sus clientes y de la sociedad en general

Herramientas de Gestión Empresarial

Según Reimond (2015) nos dice que las técnicas o herramientas de gestión empresarial permiten a una empresa hacer frente a los constantes cambios del mercado, así como asegurarle una mejor posición competitiva.

Norma ISO de la calidad

Según Norma ISO 9001 nos dice que estas normas también documentación y seguimiento en todas las funciones que influyen en la calidad. Los requisitos funcionales son los siguientes:

- Diseño. Establece un enfoque planificado para cumplir las especificaciones del producto o servicio.
- Control del proceso. Proporciona instrucciones concisas para las funciones de manufactura o servicio.
- Compras. Explica en detalle los métodos para aprobar a los proveedores y elaborar los pedidos.
- Servicio. Ofrece instrucciones detalladas para brindar el servicio después de la venta.
- Inspección y prueba. Insta a los trabajadores y gerentes a verificar todos los pasos de la producción.
- Capacitación. Especifica métodos para detectar las necesidades de capacitación y llevar los registros correspondientes.

Ventajas

- Mayor lealtad del cliente
- Un aumento en su participación en el mercado
- Precios más altos para sus existencias
- Un menor número de solicitudes de servicio
- Precios más elevados
- Mayor productividad y reducción del costo

Técnicas Avanzadas de Gestión de Calidad

Entre las técnicas avanzadas de gestión de calidad se puede mencionar las siguientes:

- **Atención Cliente**

El cliente es el primer principio en el que se basa el sistema de gestión de Calidad en ISO 9001. La Política de Calidad, los Objetivos de Calidad, están definidos y fijados siguiendo el principio básico del enfoque al cliente.

- **Enfoque al cliente como guía del Sistema de Gestión de Calidad**

La meta principal del sistema de calidad es la satisfacción de los clientes, cubrir sus expectativas, sus necesidades, las cuales tienen que ver con sus creencias, estilo de vida y sus valores. La fijación de objetivos y estrategias tienen al cliente como referencia más importante.

Las organizaciones diseñan y elaboran un producto, prestan servicios, todo ello dirigido a sus clientes, actuales y futuros, y la venta de ese producto o servicio le reporta un margen de beneficio.

Según Atom (2011) nos habla que la ISO 9004 explica que el éxito de la organización depende de entender bien y satisfacer las necesidades y expectativas actuales y futuras de los clientes y usuarios finales, actuales y potenciales, así como comprender y tener presente las de otras partes implicadas.

Enfoque al cliente: como satisfacer las necesidades y expectativas de las partes interesadas.

La organización tiene la función de:

- Primero identificar las partes interesadas mantener una respuesta equilibrada a sus necesidades y expectativas.
- Segundo traducir las necesidades y expectativas identificadas en requisitos (objetivos) que debe cumplir la organización.
- Tercero comunicar los requisitos (objetivos) a través de la organización, especialmente a los encargados de llevarlos a cabo. El personal debe motivarse, saber cómo afecta su trabajo en la consecución del objetivo final, el de satisfacer al cliente.

- Cuarto enfocarse en la mejora de los procesos para asegurar la creación de valor para las partes interesadas. Las mejoras deben dirigirse según las preferencias de los clientes.
- Quinto medir la satisfacción del cliente respecto al servicio o producto recibido, para enfocar nuevas mejoras.

Atención al cliente

Para (Atom 2011) nos dice que se designa con el concepto de Atención al Cliente a aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos. En caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores, los clientes de una empresa deberán comunicarse con este servicio.

El enfoque al cliente obtiene un beneficio medible:

- Aumenta el número de clientes y con ello los beneficios económicos.
- Productividad del esfuerzo. Al estar bien dirigido y enfocado a datos fiables, los esfuerzos reciben la contraprestación debida.
- Mejora la fidelización de clientes. Los clientes confían en la empresa.
- Aumento liderazgo en el mercado. Consecuencia de todo lo anterior.

Marco conceptual

Las micro y pequeñas empresas de Comida Oriental

Las micro y pequeñas empresas de comida oriental en los últimos años han logrado una gran participación en la estructura económica de nuestro país debido a la gran demanda y aceptación que estos negocios han generado, no solo por sus precios bajos, sino también por la variedad de productos que ofrecen en sus negocios, los negocios de comida oriental en casco urbano de la ciudad Chimbote deben desarrollar estrategias de mejora continua que le permita mejorar sus procesos y

participaciones en el mercado, debido a la gran competencia que existe en esos lugares, aunque su atención al cliente es deficiente tienen un público objetivo.

Gestión de calidad

Carlos (2011) no dice que son procedimientos estructurados dirigidos a los cargos gerenciales, esta técnica o herramienta moderna de gestión de calidad aporta la atención al cliente, recursos humanos etc. Esto permite seleccionar al personal correcto y preparado para brindar un servicio increíble al cliente esto permitirá el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Las micro y pequeñas empresas

Es la unidad económica constituida por una persona que lleva a la realidad una idea de negocio, este tipo de empresas pueden ser empresas comerciales, industriales y prestadoras de servicios, se clasifican de acuerdo a su volumen de ventas que generan anualmente, esta clasificación está dada por una ley del estado debido a su gran participación en la estructura económica del país.

Calidad

La calidad son procedimientos que caracterizan la superioridad y conformidad de un producto o servicio, y es detectado por los clientes que se fidelizaran.

Gestión

La gestión es el accionar orientado a la administración, está orientada al orden, estrategia que tienen como objetivo cumplir las metas de la organización.

La atención al cliente

Es un servicio para comerciar productos y atender clientes, y es toda acción que permite prestar servicios que suministran las compañías que tienen como finalidad satisfacer sus necesidades y lograr superar sus expectativas del cliente, y por lo tanto el cliente es la razón de ser de toda organización para poder subsistir en el mercado.

Empresario

Persona individual o persona que, de manera colectiva, es capaz de llevar a la realidad una idea de negocio como es el caso de los gerentes y administradores de comida oriental en el casco urbano de la ciudad de Chimbote.

Cientes: Persona que utiliza los productos o servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.

Micro empresa: Son organizaciones que tiene ventas anuales desde 1 UIT hasta 150 UIT.

Pequeña empresa: Son organizaciones que tiene ventas anuales desde 150 UIT hasta 1700 UIT.

III. HIPÓTESIS

Esta investigación realizada en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, no se realizó una hipótesis, ya que es una investigación descriptiva, que consiste en conocer costumbres o situaciones, a través de la descripción exacta de persona, lugares, objetos y procesos.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño *No Experimental - transversal - descriptivo*.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad sin sufrir modificaciones dentro de las micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2016.

Fue transversal porque el estudio se realizó en el año 2016, en un espacio de tiempo determinado, donde tuvo un inicio y un final.

Fue descriptivo porque en estudio describió las primordiales características de la variable gestión de calidad con el uso de atención al cliente.

4.2. Población y Muestra

a) Población

La población del estudio estuvo conformada por 14 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote 2016; la cual fue obtenida por el sondeo que se realizó en el casco urbano (Ver anexo 3)

b) Muestra

La muestra se determinó mediante un sondeo de 11 micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote 2016; Solo se trabajó con 11 MYPES debido a que este número de representantes proporcionaron información.

4.3. Definición y operacionalización de la variable e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los Representantes	Personas natural o jurídica que representa o asume la responsabilidad de la micro y pequeña empresa.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> • 18 - 30 • 31 - 50 • 51 - a mas años 	Razon
		Género	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	Nominal
		Grado de Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Sin instrucción • Primaria • Secundaria • Superior no universitaria • Superior universitaria 	Ordinal
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> • Dueño • Administrador 	Nominal
		Tiempo en el cargo	<ul style="list-style-type: none"> • 0 – 5 años • 5 – 10 años • 10 – a mas años 	Razon

Fuente: Elaboración del autor

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Las Micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica por una persona natural y jurídica, en cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente.	Permanencia	<ul style="list-style-type: none"> • 0 - 5 años • 5 - 10 años • 10 – a más años 	Razon
		Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • 1 - 6 años • 6 - 11 años • 11 – a más años 	Razon
		Los trabajadores son	<ul style="list-style-type: none"> • Familiares. • No familiares. 	Nominal
		Objetivos de creación	<ul style="list-style-type: none"> • Generar ganancias. • Subsistencia. 	Nominal

Fuente: Elaboración del autor

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	<p>La Gestión de Calidad permite mejorar el proceso de toma de decisiones para el crecimiento y desarrollo de la empresa.</p> <p>Permitiendo obtener un servicio mejorado y estandarizado.</p>	Conocer el término gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No 	Nominal
		Técnicas modernas de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Benchmarking • Empowerment • Las 5 s • Atención al cliente • Otros 	Nominal
		Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Poca iniciativa • Aprendizaje lento • No se adapta a los cambios • Desconocimiento del puesto 	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • La evaluación • Escala puntuaciones • Evaluación 360° 	Nominal

Fuente: Elaboración del autor

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Atención al cliente	La Atención al Cliente es aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, una buena atención al cliente es indispensable para la fidelización de los clientes.	Conocer el termino atención al cliente	Si No	Nominal
		Calidad de atención	Buena Mala Regular	Nominal
		Satisfacción al cliente	Atiende a los gustos y necesidades del cliente	Nominal
		Técnicas de atención a cliente	Buena calidad de productos y servicios Precio justo Amplios horarios de atención	Nominal
		Comunicación	Brinda solución a los problemas de los clientes	Nominal

Fuente: Elaboración del autor

4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para recolectar la información fue la encuesta. La cual consta de 23 preguntas, distribuidos de la siguiente manera: 5 dirigido a los representantes. 4 referentes a las micro y pequeña empresa, 6 referente a la variable gestión de calidad y 8 referente la variable de atención al cliente.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, que permite obtener información sobre la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote 2016.

4.5. Plan de análisis

Para el presente trabajo de investigación se realizó un trabajo de campo, aplicando las 23 preguntas del cuestionario, aplicándose a una población de 14 micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote 2016, de las cuales solo 11 representantes de les aplico el cuestionario sobre gestión de calidad, atención al cliente etc. El cuestionario paso por varias revisiones obteniendo la aprobación y aceptación del docente.

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

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas. Microsoft Word: mediante este software se hizo posible la redención digital y modificación posterior. Microsoft Excel: Este programa se utilizó para realizar las tablas, elaborar las tabulaciones y diseño de figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas.

Como último, tenemos el Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales con extensión PDF, permite guardar, mantener seguro y permite presentar los trabajos para su calificación correspondiente.

4.6. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro, restaurante de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016?	<p>a) Objetivo general</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comidas orientales, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>b) Objetivos Específicos</p> <p>Describir las principales características del representante en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2016.</p> <p>Describir las principales</p>	<p>Gestión de calidad.</p> <p>Atención al cliente.</p>	<p>Población</p> <p>La población del estudio estará conformada por 14 micros y pequeñas empresas sector servicio - rubro restaurantes de comida oriental en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra fue conformada por 11 micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano del</p>	<p>El tipo de investigación será cuantitativa porque se desarrolla para las ciencias sociales. Será cuantitativa porque tiene una estructura que se puede medir.</p> <p>Nivel de investigación Se aplicó un diseño no experimental – transversal .</p> <p>Diseño Se utilizará el diseño no experimental – transversal .</p> <p>No experimental.</p>	<p>Técnica: - Encuesta, la cual fue aplicado a los representantes de las Mypes,</p> <p>Instrumento: Cuestionario, estructurado por 23 preguntas.</p> <p>Plan de análisis: Se utilizará el programa excel para diseñar las tablas de frecuencia absoluta y relativa. Se utilizará el programa Word para el desarrollo del</p>

	<p>características de las micro y pequeña empresa del sector servicio rubro restaurante de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>Describir las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental el casco urbano del distrito de Chimbote, 2016.</p> <p>Elaborar un plan de mejora a los resultados de la investigación en la micro y pequeña empresa del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2016.</p>		<p>distrito de Chimbote, 2016.</p>	<p>Porque se estudiará conforme a la realidad.</p> <p>Transversal</p> <p>Porque se estudiará en un tiempo determinado.</p>	<p>proyecto de investigación y el programa PDF para enviar la documentación final del trabajo de investigación.</p>
--	--	--	------------------------------------	---	---

Fuente: Elaboración del autor

4.7.Principios éticos

Principio de confidencialidad: La investigación se llevó a cabo basándose en este principio de la confidencialidad, se utilizó información verídica de las entidades, el cual fue proporcionado por los representantes, así mismo se respetó el derecho al autor, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente que se realizó sin alteraciones.

Principio de confiabilidad: Toda investigación en que participen los interesados debe realizarse de acuerdo a nuestros principios éticos para nuestra preparación concienzuda de propuestas para los estudios científicos.es por ello que esta tesis la hice pensando en mi formación profesional, puedo decir que es propia y autónoma la cual me permitió llegar a tener un trabajo de excelencia.

Principio del respeto a la persona humana: Mediante esta investigación se respetó la dignidad humana de todo los involucrados directos en el desarrollo del presente trabajo de investigación, sin distinción alguna de raza, sexo, nivel económico y social; ya que todo aporte obtenido es sumamente valioso.

V. Resultados

5.1.Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicio comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote año 2016.

Datos generales	n	%
Edad del encuestado (años)		
18 - 30 años	1	9.10
31 - 50 años	10	90.90
51 - a mas	0	0.00
Total	11	100.00
Género del encuestado		
Femenino	7	63.60
Masculino	4	36.40
Total	11	100.00
Nivel de educación		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	1	9.10
Superior no universitaria	6	54.50
Superior universitaria	4	36.40
Total	11	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	2	18.20
Administrador	9	81.80
Total	11	100.00
Años en el cargo		
0 - 5 años	5	45.50
5 - 10 años	4	36.40
10 a más años	2	18.20
Total	11	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro comida oriental, caso urbano del distrito de Chimbote año 2016.

Tabla 2

Característica de las micro y pequeña empresa del sector servicio comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote año 2016.

Años de la Empresa en el rubro	n	%
Tiempo de permanencia		
0 - 5 años	4	36.40
5 - 10 años	4	36.40
10 a mas años	3	27.30
Total	11	100.00
Cantidad de colabores		
0 - 5 trabajadores	1	9.10
5 - 10 trabajadores	7	63.60
10 a mas trabajadores	3	27.30
Total	11	100.00
Los colaboradores que tienen en su empresa son		
Familia	2	18.20
No familia	9	81.80
Total	11	100.00
Objetivo de creacion		
Generar ganacia	10	90.90
Subsistencia	1	9.10
Total	11	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicio rubro comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote año 2016.

Tabla 3

Gestión de calidad aplicado a la atención al cliente en la micro y pequeña empresa del sector servicio, comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote año 2016.

Conocimiento de gestión de calidad	n	%
Conoce el término gestión de calidad		
Si	8	72.70
No	3	27.30
Total	11	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad		
Benchmarking	3	27.30
Red-corporativa	0	0.00
Empowerment	6	54.50
La 5s	2	18.20
Outsourcing	0	0.00
Total	11	100.00
Dificultades para la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	1	9.10
Aprendizaje con lentitud	1	9.10
No adaptarse a los cambios	6	54.50
No conoce el puesto	3	27.30
Total	11	100.00
Medición del rendimiento del personal		
La inspección	5	45.50
El examen	6	54.50
Puntaje al personal	0	0.00
Evaluación 360°	0	0.00
Total	11	100.00
Contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa		
Si	11	100.00
No	0	0.00
Total	11	100.00
Alcanzan los objetivos y metas de la empresa		
Si	11	100.00
No	0	0.00
Total	11	100.00

Continúa cuadro...

Atencion al cliente	n	%
Conoce la atención al cliente		
Si	11	100
No	0	0
Total	11	100
Gestion de calidad al servicio que brinda		
Si	11	100
No	0	0
Total	11	100
La atención al cliente es trascendente para que el cliente regrese a su negocio		
Si	11	100
No	0	0
Total	11	100
Calificación de la atención		
Buena	10	90.9
Regular	1	9.1
Malo	0	0
Total	11	100
Mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	4	36.4
Mala organización de los trabajadores	5	45.5
Brindan una buena atención al cliente	2	18.2
Total	11	100
Técnicas modernas de atención al cliente		
Productos y servicios	7	63.6
Precio justo y equitativo	2	18.2
Cualquier medio de pago	2	18.2
Facilidad de horario de atención	0	0
Total	11	100
Atiende y da soluciones		
Si	11	100
No	0	0
Total	11	100
Atención al cliente permite tener más clientes		
Si	11	100
No	0	0
Total	11	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de la micro y pequeña empresa del sector servicio comida oriental en el casco urbano de Chimbote año 2016.

Tabla 4

Elaboración de plan de mejora a los resultados, en la Micro y Pequeña empresa del sector servicio, comida oriental, casco urbano de ciudad de Chimbote 2016.

PROBLEMA	CAUSA	PROPUESTA DE MEJORA	RESPONSABLE
El 54.50 %, tiene cierto conocimiento de la técnica Empowerment.	Desconocimiento de técnicas administrativas modernas.	Implementación de técnicas administrativas modernas, tales como: El neuromarketing, Las 5s, benchmarking, etc.	Gerente y/o propietario
El 63.60 %, tiene entre 5 a 10 trabajadores, con poco iniciativa.	Poco personal en el negocio.	Los trabajadores deben estar mejor distribuidos, en horas de mayor demanda, teniendo mejores resultados en atención.	Gerente y/o propietario
El 90.90 %, dicen dar una buena atención al cliente, pero no se practica.	Desconocimiento de una buena atención al cliente.	Implementación en el área del personal competente, para la aplicación de técnicas y capacitación en atención al cliente.	Gerente y/o propietario
El 54.50 %, indica capacitar al personal, pero en la práctica no se cumple.	Desconocimiento y poco interés.	Realizar capacitaciones en el puesto, realizar conferencias, juego de roles, técnicas audiovisuales, simulaciones.	Gerente y/o propietario
El 72.70 dice conocer el termino gestión de calidad	Desconocimiento. Falta de capacitación. Poco interés.	Establecer un programa de selección del personal y evaluación de desempeño.	Gerente y/o propietario

Fuente: Elaborado por el autor.

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1

Características generales de los representantes legales de las micro y pequeña empresa.

-El 90.90% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas en su estudio tenían una edad total de 31 a 50 años. Estos resultados encontrados coinciden levemente por Sánchez (2013) donde menciona que el 50% de los administradores de las de micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una edad que fluctúa entre los 30 y 40 años, los cuales consta con Hernández (2014) nos indica que el 40% de la edad promedio de los representantes fluctúa entre los 30 y 40 años , a su vez contrasta con los resultados de Ríos (2014) manifiesta que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados tienen entre los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, a su vez coinciden levemente con Luna (2013) quien manifiesta que el 52,2% de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre 18 y 30 años. Esto demuestra que la micro y pequeña empresa están siendo administradas y gestionadas por personas adultas maduras, a quienes los respalda los años de experiencia en el rubro, estando suficientemente aptos para dar soluciones a cualquier tipo de problema o situación inesperada que se les presente en la empresa, a diferencia de las personas con menor edad y que poseen poca experiencia en el rubro de comida oriental.

-El 63.60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas fueron de género masculino. Estos resultados coinciden con Sánchez (2013) quien manifestó que el 80% son de sexo masculino, los cuales consta con Ríos (2014) quien menciona que el 65% de los representantes legales encuestados predomina el sexo masculino, del mismo modo coinciden por Luna (2013) quien determina que el 60.9% de los representantes son de género masculino. Donde encontramos a Hernández (2014) quien habla que el 66.67 de los representantes son de género femenino, también se contrasta con Huallpahuac, G (2014) el cual determina que el 51,5% de los representantes encuestados son mujeres. Esto nos demuestra que la gran mayoría de los representantes

de género masculino dirige los negocios. Esto debido a que el género masculino se incrementado en el mundo de la gastronomía de comida oriental.

-El 54.50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tuvieron un grado de instrucción no universitaria. Estos resultados coinciden con los resultado encontrados por Hernández (2014) El cual determina que el 53.33% de los Gerentes y/o Administradores de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen solamente secundaria completa, también se contrasta levemente con los resultados encontrados por, Sánchez (2013) quien determina que el 40% de los gerentes y/o administradores tiene estudios Superiores Completos, también contrasta con los resultados encontrados por Ríos (2014) quien determina que el 60% tiene grado de instrucción superior y universitaria completa, Esto demuestra que en su mayoría están siendo dirigidas por administradores con grado de instrucción no universitaria, esto quiere decir que son personas con amplia experiencia y con mucho tiempo en el rubro, la cual les permite ser los administradores.

-El 81.20% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas en estudio desempeñaron el cargo de administradores del negocio y el otro 18.2% son los dueños del negocio. Esto demuestra que estas micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por administradores quien son los que inician, conocen en rubro y manejo del negocio de una manera estrategia quienes a su vez desempeñan muchas funciones, también demuestra que no son dirigidas por los dueños, ya que se dedican a otros temas empresariales.

-El 45.50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tuvieron de 0 a 5 años desempeñando el cargo, Estos resultados coinciden con Sánchez (2013) quien determina que el 50% de los Gerentes tiene más de 1 año a cargo, Luna (2013) nos determinó que el 43,5% de los representantes tiene 3 años en actividad, también se observa que contrasta levemente con Ríos (2014) quien determina que el tiempo en años predomina de 5-7 años con un 50% . Esto demuestra que la mayoría relativa sus representantes tienen poco tiempo en el cargo, esto permite que empleen nuevas ideas nuevas estrategias y puedan cumplir con sus objetivos en la empresa.

Tabla 2

Características de las micro y pequeña empresa.

-El 36.40% de las micro y pequeñas empresas tuvieron de 0 a 5 años de permanencia, el 36.4% tiene de 5 a 10 años y el 27.3% tiene de 10 a más años. Esto demuestra que la mayoría relativa que tienen entre 0 a 10 años, los cuales han permanecido a través del tiempo en el rubro, esto nos demuestra que son empresas que tienen bastante tiempo en el mercado y que están relativamente muy posicionadas.

-El 63.60% de las de las micro y pequeñas empresas tuvieron entre 5 a 10 trabajadores. Estos resultados coinciden levemente con Ríos (2014) quien determina que el 95% cuenta con 19 trabajadores permanentes, esto contrasta levemente con Luna (2013) quien menciona que el 65,2% de las micro y pequeñas empresas trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores. Esto nos indica que actualmente la mayoría de las micro y pequeñas tiene más de 5 trabajadores, demostrando que el personal es indispensable y fundamental en el desarrollo de una organización.

-El 81.20% de las micro y pequeña empresa trabajaron con personal no familiar y el 18.2% es un personal familiar. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeña empresa del sector laboran con personas que no son familiares, lo cual les permite evitar cualquier conflicto entre empleador y empleado, y tener un mejor desempeño de una manera más eficaz por parte de los trabajadores.

-El 90.90% de las micro y pequeñas empresas tuvieron como objetivo fue generar rentabilidad. Estos resultados contrastan con el sr Ríos (2014) quien nos informa que el 45% menciona el objetivo de generar ingresos. Esto narra que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen el objetivo de generar utilidad para poder satisfacer sus necesidades y continuar invirtiendo y crecer como empresa.

Tabla 3

Característica de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeña empresa.

-El 72.70% de las micro y pequeñas empresas si conocieron el termino gestión de calidad y el 27.3% no conoce el termino gestionó de calidad. Este resultado coincide con Hernández (2014) quien menciona sobre la Gestión de calidad que el 66.67% de los encuestados indica que si tienen algún tipo de capacitación orientado o enfocado a la mejora del servicio. Esto determina que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas si conoce el termino gestión de calidad y esto demuestra que si aplican este término.

-El 54.50% de las micro y pequeñas empresas aplicaron el Empowerment como técnica de gestión de calidad. Este resultado contrasta con Hernández (2014) quien determina que el 66.67% de las MYPES encuestadas si realizan capacitaciones orientadas a la mejora continua del servicio, de igual manera Luna (2013) quien concreta que el 56,5% ponen en práctica como técnica de gestión la mejora continua. Esto aclara que la mayoría de los encuestados aplican el Empowerment como técnica de gestión de calidad, demostrando que la mayoría de las empresas aplican esta técnica que ayuda a delegar poderes con un solo objetivo, crecer como empresa.

-El 54.50% de las micro y pequeñas empresas tuvieron dificultades no adaptarse a los cambios para implementar la gestión de calidad, esta conclusión coincide levemente con el desenlace por Sánchez (2013) quien en su investigación que el 80% no se realizó ningún tipo de capacitación orientado o enfocado a la mejora del servicio, de igual manera se asemeja con Sánchez, (2013), quien menciona que el 100% de los encuestados respondieron que no capacitan constantemente al personal en cuanto a la importancia de calidad. Esto demuestra que tienen mucha dificultad para proponer la gestión de calidad debido al no adaptarse a los cambios, lo cual es una gran desventaja para la empresa.

-El 54.50% de las micro y pequeñas empresas midieron el rendimiento del personal por la evaluación y el 45.5% mide el rendimiento por la observación. Esto demostró

que la mayoría de las micro y pequeñas aplican como técnica la evaluación, que les permite retroalimentar a su personal y prepararlo de la mejor manera para el puesto asignado.

-El 100.00% de las micro y pequeñas empresas indicaron que si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Esto demostró que la totalidad de las micro y pequeñas empresas si consideran que la gestión de calidad es de suma importancia para el cumplimiento y rendimiento del negocio buscando ser más competitivos para lograr las metas de la empresa.

-El 100.00% manifestaron que si alcanzan los objetivos trazados y metas elaboradas por la organización. Eso demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas consideran que la gestión de calidad ayuda a alcanzar sus objetivos y metas lo cual les permite seguir innovar, motivar al personal y seguir creciendo como empresa.

El 100.00% de los encuestados mencionaron que si conocen el termino atención al cliente. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector si conocen muy bien el termino atención al cliente, por lo que se preocupan mucho por ofrecer todas las bondades de su empresa, brindando un servicio de calidad y que les permita satisfacer su necesidad de todos sus clientes, que estos puedan recomendar y regresar al negocio.

-El 100.00% respondieron que si aplicaron la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. Estos resultados coinciden con Ríos (2014) quien determina que el 85% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. Esto nos indica que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas si aplican la gestión de calidad, eso les permitirá brindar un excelente servicio lo cual les permite fidelizar a sus clientes y estos a su vez dan buenas referencias del local, esto hace que inviten a sus familias y amigos.

-El 100.00% respondieron que enfatización de la atención al cliente es fundamental para que este regrese. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector, indican que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, pueda recomendar a sus referidos y sean clientes potenciales.

-El 90.90% respondieron que si aplicaron una buena atención al cliente. Estos resultados se parecen mucho a Ríos (2014) quien confirmo que el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad, de igual manera coinciden con Hernández (2014) quien determina que el 75 % (60) de los clientes encuestados indican que la calidad fue buena, sin embargo los resultados de Campos C (2015) determinando que el 59% de respondieron que la atención recibida no ha sido muy agradable. Esto demuestra que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas si aplican la gestión de calidad enfocados en una buena atención los cuales les permite satisfacer a sus clientes y tenerlos fidelizados.

-El 45.50% respondieron que consideraron que se debe a la irregularidad en la organización de los trabajadores, el 36.4% podemos decir que no tiene suficiente personal y el 18.2% considera que si brinda una buena atención al cliente. Esta investigación está relacionada levemente con Campos C (2015) quien termino que el 100% de los encuestados respondieron que no capacitan constantemente al personal en cuanto a la importancia de la calidad. Esto demuestra que la mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas del consideran que hay una mala organización a los trabajadores, esto se debe a que no realizan capacitaciones a sus trabajadores sobre una buena atención al cliente.

-El 63.60% respondieron que aplicaron como técnica la buena calidad de productos o servicios. Estos resultados coinciden con los resultados por Ríos (2014) quien determino que el 50% de los representantes legales de las MYPES del rubro, confirman que los principales factores que generan calidad al servicio que brinda, es la buena atención, de igual manera se relacionado con Hernández, (2014) quien determina que

el 53.33% manifiestan que la calidad sumado al precio es el factor determinante para escoger un proveedor. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican como técnica moderna de una excelente calidad de productos o servicios esto demuestra la retención y las buenas referencias de sus clientes.

-El 100.00% respondieron que consideraron que son eficientes cuando dan solución a los reclamos. Esta investigación coincide con Ríos (2014) quien determinó que el 80% de los representantes legales encuestados respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio. Podemos decir que la totalidad de las micro y pequeñas empresas creen que es eficiente cuando atiende y dan soluciones a los reclamos de los clientes, ya que un cliente bien atendido hablará bien de tu negocio.

-El 100.00% de los encuestados sostuvieron que la atención al cliente permite el posicionamiento en el mercado. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector, consideraron que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado, permitiendo que los clientes estén satisfechos e identifiquen la empresa y regresen con más referidos.

Tabla 4

Elaboración de plan de mejora a los resultados, en la Micro y Pequeña empresa del sector servicio, comida oriental, casco urbano de ciudad de Chimbote 2016.

Plan de Mejora

1. Datos Generales:

Nombre o Razón Social: Dirigido a todos los Restaurantes de comida Oriental, casco urbano de Chimbote, provincia del santa.

Giro de la Empresa: alimentos de comida Oriental

Dirección: Casco urbano de Chimbote, provincia del Santa

Nombre del Representante: Dueños y administradores

2. Misión:

Brindar satisfacción a nuestros clientes, a través de la innovación de nuestra comida oriental, brindándole una experiencia inolvidable, gracias a ello contamos con un personal calificado en atención al cliente.

3. Visión:

Ser reconocidos como la mejor empresa de comida oriental de la región, para ellos contamos con los mejores estándares de preparación y atención a cliente tanto a nivel nacional como internacional, en los diferentes platos gastronómicos que ofrecemos.

4. Objetivos Empresariales:

- Ser identificado como el mejor restaurante de comida oriental de la región.
- Brindar un excelente servicio en atención a cliente.
- Lograr que nuestros clientes recomienden a sus amigos.
- Incrementar la rentabilidad de la empresa.
- Capacitaciones constantes al personal de la empresa.
- Lograr una buena cantidad de seguidores en nuestras redes sociales.

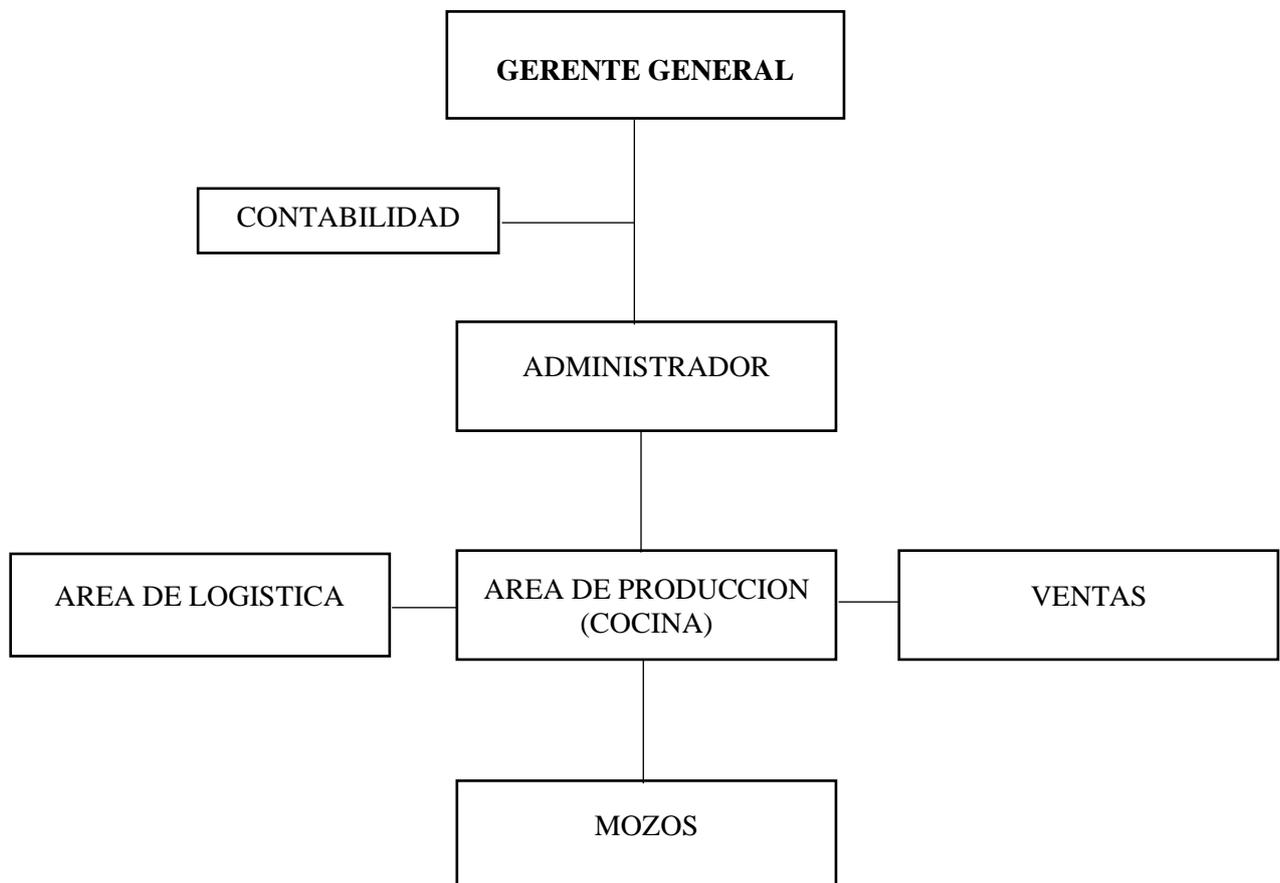
5. Producto y/o Servicios:

Nuestros productos: Comida Oriental tenemos lo siguiente:

Arroz chaufa, sopa wantán, tallarín saltado, aeropuerto, kam lu wantán, chicharrón de pollo, pollo chi jau kay, pollo ti pa kay, pollo en piña en salsa agridulce, pollo con verduras, pescado en salsa china, wantán frito, chanco con tamarindo, alitas al sillao.

Todo ello se puede encontrar en nuestras redes sociales, para ellos contamos con una aplicación que permitirá hacer pedidos a delivery.

6. Organigrama de la Empresa:



6.1. Descripción de funciones

Cargo	Gerente General
Perfil	-Bachiller en administración de empresas o afines. -Experiencia mínima 2 años en el cargo. -Manejo de personal. -Manejo de indicadores de producción.
Funciones	-Encargado de la rentabilidad de la empresa. -Elaborar estrategias y plan de mejora para la empresa.

Cargo	Contador Publico
Perfil	-Contador Público. -Experiencia mínima 1 año
Funciones	-Control de ingresos y egresos de la empresa. -Realizar el pago de impuestos a la sunat. -Información de situación financiera de la empresa.

Cargo	Administrador
Perfil	Licenciado, bachiller o afines en administración de empresas, experiencia en turismo y hotelería.
Funciones	Supervisar todas las áreas a su cargo, velara por el crecimiento de la empresa, así como la coordinación con todas las áreas.

Cargo	Jefe de logística
Perfil	Bachiller en administración de empresas o afines, administración logística o afines.
Funciones	Encargado de velar por el área de almacén, compras, inventarios, actualización del Kardex, coordinación con el almacenero.

Cargo	Chef
Perfil	Estudios culminados en artes culinarias, experiencia en comida oriental.
Funciones	Encargado del área de producción, Supervisar la preparación y cocci3n de los alimentos y comidas en el restaurante de comida oriental.

Cargo	Jefe de Ventas
Perfil	Bachiller o egresado de las carreras de administración de empresas o afines. Experiencia manejando equipos de trabajo.
Funciones	Velar por el cumplimiento de la fuerza de ventas, la coordinación con el chef, mozos y atención al cliente.

Cargo	Mozos
Perfil	Secundaria completa, mínimo 3 meses de experiencia en atención al cliente, deseable manejo de Microsoft office.
Funciones	Realizar el correcto protocolo de bienvenida a los clientes, colocarlos en las mesas correspondientes y atender con un excelente servicio.

6.2. Diagnóstico General

	Oportunidades	Amenazas
ANÁLISIS FODA	<p>O1: Nuevos avances tecnológicos</p> <p>O2: Crecimiento de la población</p> <p>O3: Crecimiento económico de la población</p> <p>O4: Eventos nacionales e internacionales</p>	<p>A1: Sin financiamiento de algún banco</p> <p>A2: Fenómenos naturales, lluvias</p> <p>A3: Alza de precios en productos comestibles</p> <p>A4: Nuevos locales de comida oriental</p>
Fortalezas	Estrategias F-O	Estrategias F-A
<p>F1: Posee calidad, confianza, buen producto con respecto a la competencia</p> <p>F2: Los empleados son experimentados</p> <p>F3: Ambiente limpio y relajado</p> <p>F4: Contar con página web con menú y precios</p>	<p>F1, O1: Fidelizar a los clientes mediante las redes sociales para mejorar la rentabilidad en la empresa</p> <p>F2, O3: Desarrollar nuevas alternativas de servicio al cliente</p> <p>F2, F1, O3: Innovación de nuevos platos de comida oriental</p>	<p>F1, A3, A4: Elaborar un plan de presupuesto que nos permita subsistir a través del tiempo</p> <p>F2, A4: Capacitaciones la personal en atención al cliente</p> <p>F4, A4: Realización de eventos que unan la amistad y la hermanad</p>
Debilidades	Estrategias D-O	Estrategias D-A
<p>D1: Rotación de personal</p> <p>D2: Posicionamiento en el mercado deficiente</p> <p>D3: Poca innovación en el restaurante</p> <p>D4: Capital económico deficiente</p>	<p>D4, O2: Aprovechar la competitividad para brindar una excelente atención al cliente</p> <p>D2, O3, O4: Diseñar un software que permita tener el control de ingresos y egresos de la empresa</p>	<p>D1, A4: Brindar oportunidades crecimiento profesional al personal</p> <p>D2, D3, A1: Obtención de nuevos financiamientos de entidades bancarias</p> <p>D4, D3, A1, A4: Elaborar un plan de mejora para hacer frente a los problemas que se presenten a futuro</p>

7. Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la MYPE
Niveles de ventas (ingresos económicos)	Los niveles de ganancias son iguales que en los años anteriores, por ahora no tiene estrategias de mejora.
Participación en el mercado	Se desconoce la participación de comida orientan en el mercado, ya que los ingresos no fueron evaluados.
Satisfacción de los clientes	No se ha logrado tener datos exactos de satisfacción de los clientes, ya que no se registran reclamos o quejas.
Posicionamiento en el mercado	Mas del 50% de las empresas del casco urbano de Chimbote tienen más de 10 años en el mercado y han sido reconocidos por sus clientes.
Nivel de endeudamiento	Se ha mantenido a través del tiempo, ya que han logrado subsistir debido a la inversión constante.
Cumplimiento con las entregas de pedidos	Los pedidos son por ahora personalizados, aun faltaría realizar pedidos más acertadamente.
Rentabilidad de la empresa	Su nivel de rentabilidad es bueno, el motivo es que se han mantenido por más de 10 años y cuentan de 4 a 9 trabajadores.

8. Problemas

Indicadores	Problema	Seguimiento del Problema
Niveles de ventas (ingresos económicos)	Se encuentra igual a años anteriores.	No cuenta con innovación, presentación y atención al cliente en los restaurantes.
Participación en el mercado	No se aplicó una evaluación	Los representantes desconocen técnica y/o fórmulas y encontrar participación en el mercado.
Satisfacción de los clientes	No se aplicó una evaluación	Los representantes desconocen técnica y/o fórmulas y encontrar participación en el mercado.
Posicionamiento en el mercado	Se encuentra en relativamente posicionada	Se podría aplicar técnicas de marketing y aptar más clientes.
Nivel de endeudamiento	Calificación normal, según mencionado por los representantes.	Tener deudas responsables con entidades financieras es una buena inversión para la empresa.
Cumplimiento con las entregas de pedidos	A menudo es personalizada y eficiente.	Deficiente capacitación al personal en un tema muy importante.
Rentabilidad de la empresa	Se encuentra con una rentabilidad sostenible	Su planeamiento estratégico que tienen es empírico.

9. Establecer soluciones

9.1. Establecer Acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Niveles de ventas (ingresos económicos)	Se encuentra igual a años anteriores.	Invertir en sistemas de tecnología que nos permita tener el control de nuestros ingreso y egresos.
Participación en el mercado	No se aplicó una evaluación	Realizar encuestas en el casco urbano para determinar e porcentaje de participación.
Satisfacción de los clientes	No se aplicó una evaluación	Realizar encuestas a los clientes en físico o vi ardes sociales.
Posicionamiento en el mercado	Se encuentra en relativamente posicionada	Implementar estrategias de marketing, neuromarketing para tener un posicionamiento en la mente del consumidor.
Nivel de endeudamiento	Calificación normal, según mencionado por los representantes.	Solicitar préstamos a entidades financieras para invertir de una manera inteligente.
Cumplimiento con las entregas de pedidos	A menudo es personalizada y eficiente.	Realizar capacitaciones y motivar al personal a diario.
Rentabilidad de la empresa	Se encuentra con una rentabilidad sostenible	Realizar estudio de mercado, analizar nuestro balance general, para invertir inteligentemente.

9.2. Estrategias que desean implementar

N°	Acciones de mejorar a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Implementar e incorporar en el programa de innovación en la comida oriental a todos los miembros del equipo de trabajo.	Falta de confianza en los trabajadores.	6 meses	Excelente implementación de la comida, cocina, higiene y mantenimiento.	Realizar manteniendo de las áreas de tenga que ver con comida, la higiene deber ser un tema importante en la empresa.

2	Realizar encuestas para medir nuestra participación en el mercado y tomar decisiones de mejora.	Falta de confianza para designar a un personal responsable.	6 meses	Saber con certeza nuestro porcentaje de participación en el mercado, realizando estrategia e inversión, con pérdidas casi a un 0%.	Elaborar y llevar a ejecución el plan con un equipo responsable y asesorarlos para saber qué porcentaje tenemos como restaurante.
3	Realizar supervisiones al personal del restaurante para medir la atención al cliente.	Falta de compromiso con el negocio y los clientes.	6 meses	Excelente servicio al cliente dando por hecho una fidelización automática.	Programar y realizar reuniones laborales para saber cómo estamos manejando la gestión de calidad.
4	Realizar un presupuesto para la implementación de estrategias de marketing, atención al cliente, etc. Para posicionar la marca.	Escaso de presupuesto para invertir en estrategias.	8 meses	La expansión de nuestra marca será más grande, es ahí donde se implementará más sucursales para atender la demanda.	Elaborar y ejecutar el plan para mejorar la imagen de la empresa.
5	Solicitar préstamos a entidades financieras si la oferta y demanda lo requiere.	No califican para un préstamo, no desean mejorar aun las instalaciones del local.	1 semana	Al tener un préstamo se podrá invertir más en la marca, tanto en infraestructura como en sabor.	Elaborar y ejecutar el plan para el mejoramiento de la empresa.
6	Realizar un plan de presupuesto para implementar un área de capacitación en atención al cliente, en donde en las redes sociales	Escaso de presupuesto para invertir en coaches o capacitadores.	1 año	Servicio increíble al cliente es cuando se logra capacitar al personal, cliente que se trata bien regresa con más clientes.	Evaluar constantemente la atención al cliente, es una pieza clave en este rubro de restaurante.

	el cliente pueda calificar.				
7	La alta dirección debe implementar un sistema de ingreso y egresos donde podamos analizar nuestra rentabilidad.	No cuentan con presupuesto, la mayoría lleva su control empíricamente.	1 año	Gracias a la tecnología y sistemas que tengamos en la empresa, se podrá analizar más rápido y seguro si se debe invertir para ganar.	Examinar el área de recursos humanos para tomar decisiones.

9.3. Recursos para la Implementación de las Estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	Implementar programas para innovar y mejorar la cocina de comida oriental.	Personal Representante	S/ 700.00	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Proyector multimedia 	Bimensual
2	Realizar encuestas para medir nuestra participación en el mercado.	Personal Representante	S/ 170.00	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Software 	5 días
3	Implementar un área de encuestas para medir la atención al cliente.	Personal Representante	S/ 170.00	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Software 	5 días
4	Planificar y realizar estrategias de marketing, neuromarketing, etc. Para posicionar la marca.	Asesorías	S/ 400.00	<ul style="list-style-type: none"> • Software 	Trimestral
5	Solicitar préstamos a entidades	Representante	S/ 100.00	<ul style="list-style-type: none"> • Entidad financiera 	5 días

	financieras si la oferta y demanda lo requiere.				
6	Implementar un área de capacitación en atención al cliente, en donde en las redes sociales el cliente pueda calificar.	Personal Representante	S/ 500.00	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Proyector multimedia 	Bimensual
7	Implementar un sistema de ingreso y egresos donde podamos analizar nuestra rentabilidad.	Representante	S/ 160.00	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • software 	5 días

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son administradores, tienen una edad entre 31 – 50 años, son de género masculino, tienen un grado de estudio superior no universitaria, tienen en el cargo 5 años, podemos decir que estas personas del casco urbano de la ciudad de Chimbote no terminaron su universidad, ya son 5 años el cargo que fue otorgado por confianza del dueño, buscan salir adelante pese a los obstáculos que presentan por desconocimientos, poco interés, poca liquidez del negocio.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas buscan generar ganancia, ya que los trabajadores que tienen son personas no familiares, y son entre 5 a 10 trabajadores, de tal manera que la empresa tiene entre 5 a 10 años en el rubro. Podemos decir a pesar de tener tiempo en el rubro no tienen una buena atención al cliente, su atención es pésima, la falta de interés, desconocimiento hace que pierdan clientela, en el plan de mejora se detalló que los programas de capacitan al personal, la correcta selección de personal hará que la empresa tenga más clientes.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa, así mismo la mayoría absoluta indica que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento de la empresa, también nos dice que el personal a su cargo es calificado por exámenes, también la mayoría nos dicen que tienen dificultades para aplicar la gestión de calidad por temor a los cambios, así mismo la mayoría de los representantes usan la técnica del empowerment, así mismo la gran mayoría dice conocer el término gestión de calidad, como también el término atención al cliente, también la totalidad de los representantes si atiende y da soluciones a clientes, también totalidad tiene claro que la buena atención al cliente permite tener más clientes. Podemos decir entonces que, al no tener conocimiento sobre la gestión de calidad y atención al cliente, hace que contraten personas no calificadas para el cargo, esto se ve reflejado en la mala atención que se da al cliente, se enfatiza que apliquen el plan de mejora que debe ser ejecutado,

la gestión de calidad va amarrado a la atención al cliente, los programas de capacitación deben de aplicarse para el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Se elaboró un plan de mejora en base a los resultados, para buscar estrategias y resolver problemas, encontrando la causa de una problemática para luego hacer que las debilidades se vuelvan en fortalezas.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

- Asesorar a los representantes en estudios en administración de empresas, marketing digital o turismo y hotelería, ya que eso les permitirá tener más conocimientos actualizados sobre la administración de una empresa, eso les ayudará a tener mejores herramientas y estrategias que les permitirá tener éxito en la organización.
- Implementar capacitaciones constantes a los mozos, áreas de atención al público, encargados de la bienvenida en el negocio, en temas de atención al usuario, seguridad y salud en el trabajo, importancia de la higiene en el establecimiento, esto permitirá adaptarse a los cambios, actualización del mercado y tecnología donde busca brindar un servicio increíble, al satisfacer sus necesidades de los clientes, esto permite que los clientes sean fidelizados.
- Planificar y organizar a la micro y pequeña empresa para que puedan adaptarse a los cambios del mercado, diferenciarse a la competencia darle un valor agregado como el uso de empowerment, el uso del benchmarking que sean destacados para el negocio, esto les permitirá posicionarse en el mercado, teniendo mejores ganancias para la empresa.
- Aplicar el uso del plan de mejora porque ayuda a detectar la problemática del negocio, tener el convencimiento de que la mejora es posible, el control de actitudes derrotistas, el liderazgo del equipo de trabajo y la comprensión que tienen que plantearse mejoras, haciendo que las debilidades que conviertan en fortalezas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atom, (2011). *El enfoque al cliente es el primer principio en el que se basa el sistema de gestión de Calidad en ISO 9004*. La Política de Calidad, los Objetivos. 13 de octubre de 2016 de, Recuperado de: <http://abc-calidad.blogspot.pe/2011/05/enfoque-al-cliente.htm>.
- Antúnez (2017). *Gestión de la calidad de los servicios al cliente para micro y pequeños servicios rubro restaurant, en la ciudad de Huarmey, 2016*, presentado en la Universidad Católica de Chimbote (tesis pregrado) Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Campos, C (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes - cevicherías del asentamiento humano La Primavera Castilla, 2015* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Carlos (2011). *Importancia de la gestión de la calidad*. Recuperado el 13 de octubre de 2016 de, <http://www.normas9000.com/importancia-gestion-calidad.html>
- Cerrada, R. (2015). *Los Problemas Del Marketing En La PYME*. Recuperado el 13 de octubre de 2016 de, <http://www.robertocerrada.com/2013/los-problemas-del-marketing-en-la-pyme/>
- Cruz, J. (2013). *Proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control*. Recuperado el 13 de octubre de 2016 de, <http://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>
- Dalmau, P. (2013). *Restaurantes peruanos generan ingresos por s/21.000 mlls en el 2013*. El comercio 2013.
- Hernández, S. (2014). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresa del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la*

esperanza, año 2014. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú

Hernández, S. (2014). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, Trujillo año 2014* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7a0d92b8b03202ba05257c310078b24d/\\$file/11_24_sehuuhaniofcfjxiulzdfpgjgijxmcqfhxzbfpnpuquenczzc.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7a0d92b8b03202ba05257c310078b24d/$file/11_24_sehuuhaniofcfjxiulzdfpgjgijxmcqfhxzbfpnpuquenczzc.pdf)

Herrera, T.J. (2010). *Google académico.* Recuperado [https://scholar.google.com.pe/scholar?hl=es&as_sdt=0,5&q=gesti%
de+calidad+en+atenci%
al+cliente+en+restaurantes.](https://scholar.google.com.pe/scholar?hl=es&as_sdt=0,5&q=gesti%c3%b3n+de+calidad+en+atenci%c3%b3n+al+cliente+en+restaurantes)

Huallpahuque, G (2014). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de Dos Tenedores – Huaraz 2014* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú.

Ley N° 28015 (2013). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa.* Disposiciones generales, Artículo 3, Características de las Mypes.

Ley N° 30056 (2013). *Medidas para el desarrollo productivo y empresarial. Capítulo I, Apoyo a la Gestión y al desarrollo empresarial.* Artículo 13, Fondos para emprendimientos dinámicos y de alto impacto.

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 pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú.

Pérez J. y Merino M. (2012). *Concepto de gestión.* Recuperado el 12 de noviembre del 2016, de <http://definicion.de/gestion>

- Pola Maseda, Á. (2009). *Gestión de la calidad*. Barcelona, Spain: Marcombo.
Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/45847?page=13>.
- Pola Maseda, Á. (2009). *Gestión de la calidad*. Barcelona, Spain: Marcombo.
Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/45847?page=24>.
- Reimond. (2015): *La importancia de las herramientas de gestión empresarial*.
Recuperado el 13 de octubre de 2016 de, <http://pymex.pe/pymes/estrategias-de-crecimiento/la-importancia-de-las-herramientas-de-gestion-empresarial/>
- Ríos, A (2009). *Gestión de Calidad y mejora continua en la Administración Pública*.
Recuperado el 13 de octubre de 2016.
- Rios, M. (2014). *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú
- Ríos, M. (2014). *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 pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú.
- Roca, L y Mesones A. (2011). *Factores que Limitan el Crecimiento de las Foto: Maggy producciones Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES)*. Recuperado de, <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/viewFile/4126/4094>.
- Rodríguez (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. (tesis pregrado) Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú

Rubio, P. (2006) *Introducción a la gestión empresarial*. España: B - EUMED, p 13.
Disponible en: Recuperado el 13 de octubre de 2016 de,
<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10565708&ppg=14>
Copyright © 2006. B - EUMED. All rights reserved.

Sánchez, J. (2013). *Gestión de Calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las Mypes rubro restaurantes- provincia de Trujillo año 2013*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú.

Vásquez, J. (2013): *Importancia de las MYPEs en el Perú*. Recuperado el 13 de octubre de 2016 de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>.

ANEXOS

ANEXO 1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
N°	ACTIVIDADES	Año 2018								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados del a investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de Investigación											X					
12	Reacción del informe final												X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X	X		
14	Presentación de ponencia de eventos científicos														X	X	
15	Redacción de artículo científico															X	X

(*) sólo en los casos que aplique

ANEXO 02. PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.40	90	36.00
• Fotocopias	0.10	10	1.00
• Empastado			
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	100	10.00
• Lapiceros	0.50	4	2.00
Servicios			
• Uso del Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total	2.50	64	160.00
Gastos de viajes			
• Pasajes para recolectar información	2.50	16	40.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			349.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/.)
servicios			
• Uso de internet (laboratorio de aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte (Modulo de investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			

(*) Se pueden agregar otros suministros que se utiliza para el desarrollo del proyecto.

Financiamiento:

Autofinanciado por el estudiante.

ANEXO 3. CONSENTIMIENTO INFORMADO

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA, SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE DE COMIDA ORIENTAL, CASCO URBANO, CIUDAD DE CHIMBOTE, 2016

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación titulada gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en la micro y pequeña empresa, sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, 2016. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: Los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y propuesta resuelta.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en la micro y pequeña empresa, sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, 2016.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará si usted utiliza la gestión de calidad para su micro pequeña empresa. Se aplicará un cuestionario para determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en la micro y pequeña empresa, sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, 2016.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planeado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costos para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, una recomendación y un plan de mejora sobre la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en la micro y pequeña empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos del participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Chimbote, Perú. Estudiante: Chiquiruna Arroyo Cristhian. El celular 968826038, o al correo: cristhianca2010@gmail.com

Y si tiene dudas acerca de sus derechos como participante de un estudio de investigación, puede llamar a la escuela profesional de administración al teléfono 350190, o al correo: escuela_administración@uladech.edu.pe

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará.

También se me informo que, si participo o no, mi negativa a responder no afectará negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para mejor comprensión.

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mi como derecho. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Nombre Participante

Firma Participante

Nombre del Investigador

Firma del Investigador

Fecha

Hora

ANEXO 4. CUADRO DE SONDEO (Población)

N°	RAZON SOCIAL	CARGO	DIRECCION
1	Chifa kafuk	Administrador	Jr. Manuel Ruiz N° 387
2	Chifa Sam Hei	Administrador	Jr. Manuel Ruiz N° 344
3	Chifa Lon Ying	Administrador	Jr. Francisco Bolognesi N°648
4	Chifa el Mandarin	Dueño	Jr. Francisco Bolognesi N°658
5	Chifa Zhoushan	Administrador	Jr. Manuel Villavicencio N° 161
6	Chifa Canton	Administrador	Jr. Manuel Villavicencio N° 498
7	Chifa Xin Ye	Administrador	Jr. Alfonzo Ugarte N° 595
8	Chifa Tay Yang	Administrador	Jr. Leoncio Prado N° 676
9	Chifa el Chinito	Administrador	Jr. Manuel Villavicencio N° 346
10	Chifa Hugo s	Administrador	Jr. Manuel Ruiz N° 395
11	Chifa Oriental	Dueño	Jr. Alfonzo Ugarte N° 672
12	Chifa Xen YU	-	Jr. Leoncio Prado
13	Chifa Ye LI	-	Jr. Manuel Ruiz
14	Chifa Hei Ti	-	Jr. Alfonso Ugarte

Cuadro de Sondeo (Muestra)

N°	RAZON SOCIAL	CARGO	DIRECCION
1	Chifa kafuk	Administrador	Jr. Manuel Ruiz N° 387
2	Chifa Sam Hei	Administrador	Jr. Manuel Ruiz N° 344
3	Chifa Lon Ying	Administrador	Jr. Francisco Bolognesi N°648
4	Chifa el Mandarin	Dueño	Jr. Francisco Bolognesi N°658
5	Chifa Zhoushan	Administrador	Jr. Manuel Villavicencio N° 161
6	Chifa Canton	Administrador	Jr. Manuel Villavicencio N° 498
7	Chifa Xin Ye	Administrador	Jr. Alfonzo Ugarte N° 595
8	Chifa Tay Yang	Administrador	Jr. Leoncio Prado N° 676
9	Chifa el Chinito	Administrador	Jr. Manuel Villavicencio N° 346
10	Chifa Hugo s	Administrador	Jr. Manuel Ruiz N° 395
11	Chifa Oriental	Dueño	Jr. Alfonzo Ugarte N° 672

ANEXO 5. 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 desarrollo el trabajo de investigación titulado:

Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en la micro y pequeña empresa, sector servicio, rubro restaurante de comida oriental, casco urbano, ciudad de Chimbote, 2016. La cual será para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) 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) Autoempleo

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

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

- a) Benchmarking
- b) Red-corporativas
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) Outsourcing

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

15. ¿La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazados para la organización?

- a) Si
- b) No

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

18. ¿Cree que una buena atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese al establecimiento?

- a) Si
- b) No

19. La atención que brinda a los clientes es:

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

20. ¿Porque considera usted que se esté 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

21. ¿Qué técnicas modernas de atención al cliente aplica dentro de su micro empresa?

- a) Buena calidad de producto y servicio
- b) Precio justo y razonable
- c) Amplia variedad de formas de pago
- d) Horario de atención se adapta fácilmente al cliente

22. ¿Cree Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes?

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No

ANEXO 6. HOJA DE TABULACIONES

PREGUNTA	RESPUESTA	TABULACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1. Edad	a) 18 a 30 años	I	1	9.1
	b) 31 a 50 años	IIII IIII	10	90.9
	c) 51 a más	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
2. Género	a) Masculino	IIII II	7	63.6
	b) Femenino	III	4	36.4
	TOTAL	11	11	100.00
3. Grado de Instrucción	a) Sin Instrucción	-	0	0.0
	b) Primaria	-	0	0.0
	c) Secundaria	I	1	9.1
	d) Superior No Universitaria	IIII I	6	54.5
	e) Superior Universitaria	III	4	36.4
	TOTAL	11	11	100.00
4. Cargo que desempeña	a) Dueño (a)	II	2	18.2
	b) Administrador (a)	IIII IIII	9	81.8
	TOTAL	11	11	100.00
5. Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 5 años	IIII	5	45.5
	b) 5 a 10 años	III	4	36.4
	c) 10 a más años	II	2	18.2
	TOTAL	11	11	100.00
6. Tiempo que de permanencia en el rubro	a) 0 a 5 años	III	4	36.4
	b) 5 a 10 años	III	4	36.4
	c) 10 a más años	III	3	27.3
	TOTAL	11	11	100.00
7. Número de Trabajadores	a) 0 a 5 trabajadores	I	1	9.1
	b) 5 a 10 trabajadores	IIII II	7	63.6
	c) 10 a más trabajadores	III	3	27.3
	TOTAL	11	11	100.00
8. El personal que trabaja en su empresa son	a) Familiares	II	2	18.2
	b) Personas no familiares	IIII IIII	9	81.8
	TOTAL	11	11	100.00

9. Objetivo de creación	a) Generar ganancia	IIII IIII	10	90.9
	b) Subsistencia	I	1	9.1
	TOTAL	11	11	100.00
10. Conoce el término gestión de calidad	a) Si	IIII III	8	72.7
	b) No	III	3	27.3
	TOTAL	11	11	100.00
11. Técnicas modernas de gestión de calidad	a) Benchmarking	III	3	27.3
	b) Red-corporativas	-	0	0.0
	c) Empowerment	IIII I	6	54.5
	d) La 5 s	II	2	18.2
	e) Outsourcing	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
12. Dificultades en la implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa	I	1	9.1
	b) Aprendizaje lento	I	1	9.1
	c) No se adapta a los cambios	IIII I	6	54.5
	d) Desconocimiento del puesto	III	3	27.3
	TOTAL	11	11	100.00
13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	a) La observación	IIII	5	45.5
	b) La evaluación	I	6	54.5
	c) Escala de puntuación	-	0	0.0
	d) Evaluación de 360	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
14. La gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio	a) Si	IIII IIII I	11	100.0
	b) No	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas.	a) Si	IIII IIII I	11	100.0
	b) No	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
16. Conoce los términos de atención al cliente	a) Si	IIII IIII I	11	100.0
	b) No	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
17. Aplica la gestión de calidad al servicio que brinda a sus clientes	a) Si	IIII IIII I	11	100.0
	b) No	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00

18. Cree que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese	a) Si	IIII IIII I	11	100.0
	b) No	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
19. La atención que brinda a los clientes es	a) Buena	IIII IIII	10	90.9
	b) Regular	I	1	9.1
	c) Malo	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
20. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	a) No tiene suficiente personal	IIII	4	36.4
	b) Mala organización de los trabajadores	IIII	5	45.5
	c) Si brindan una buena atención al cliente	II	2	18.2
	TOTAL	11	11	100.00
21. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	a) Buena calidad de productos o servicios	IIII II	7	63.6
	b) Precio justo y razonable	II	2	18.2
	c) Amplia variedad de formas de pago	II	2	18.2
	d) Horarios de atención se adaptan al cliente	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
22. La empresa es eficiente cuando da soluciones a los reclamos de sus clientes	a) Si	IIII IIII I	11	100.0
	b) No	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00
23. La atención al cliente permite el posicionamiento en su empresa	a) Si	IIII IIII I	11	100.0
	b) No	-	0	0.0
	TOTAL	11	11	100.00

ANEXO 7. FIGURAS

1. Referente al representante de las micro y pequeñas empresas.

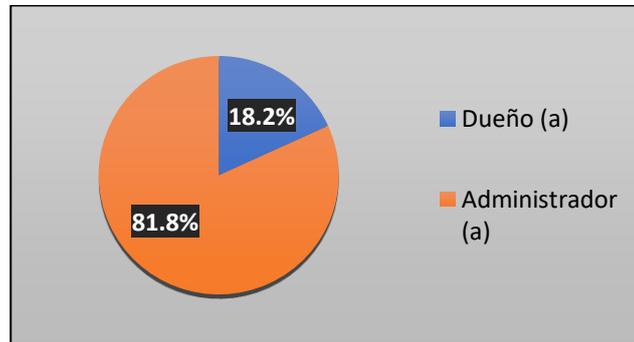


Figura 1. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

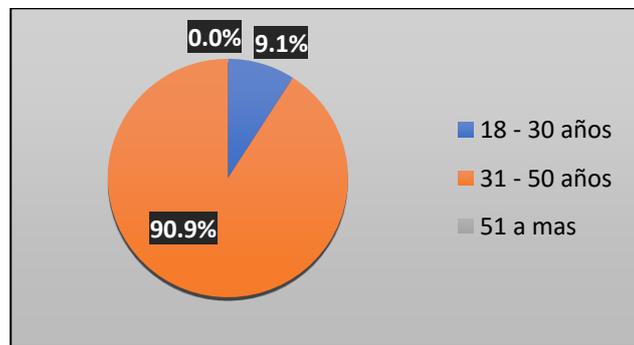


Figura 2. Edad del encuestado (años)

Fuente. Tabla 1

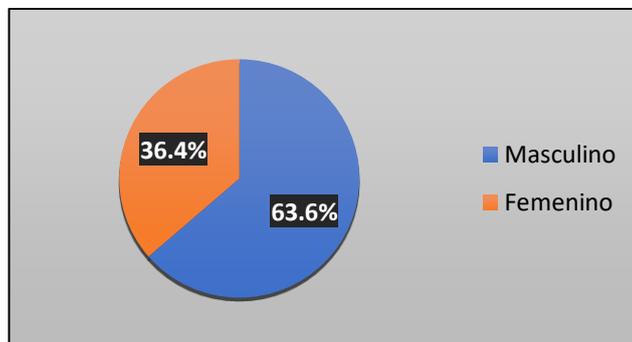


Figura 3. Genero del encuestado

Fuente. Tabla 1

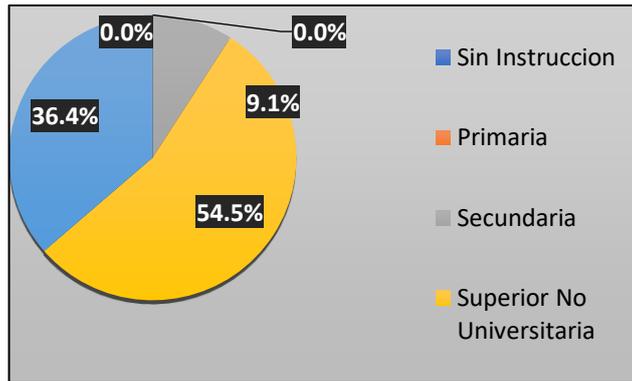


Figura 4. Nivel de educación

Fuente. Tabla 1

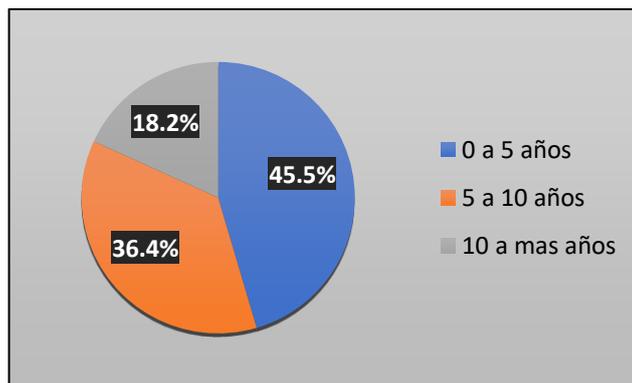


Figura 5. Años en el cargo

Fuente. Tabla 1

2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

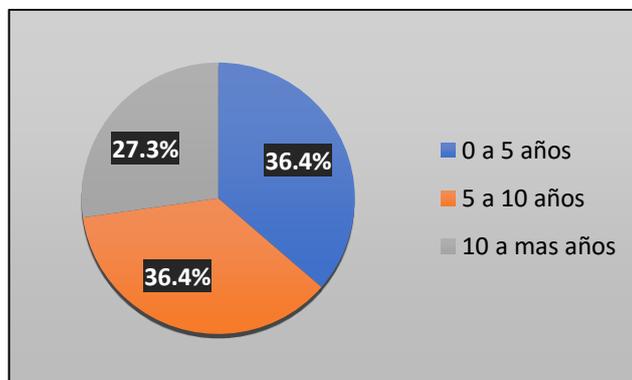


Figura 6. Años de la empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

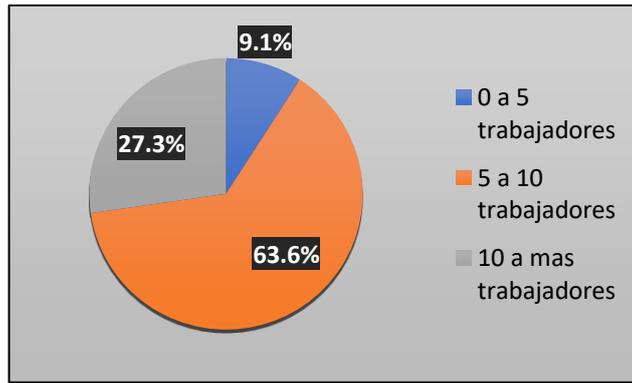


Figura 7. Cantidad de colaboradores

Fuente. Tabla 2

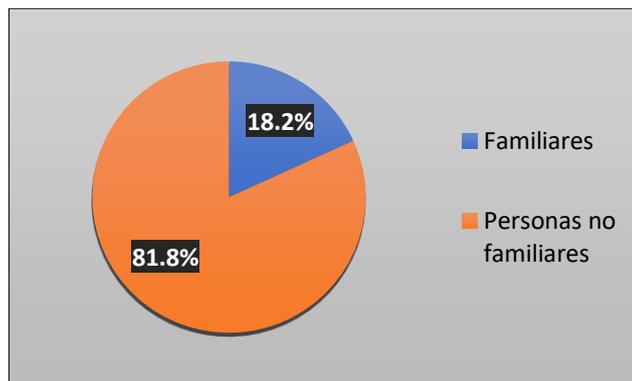


Figura 8. Colaboradores que trabajan en la empresa son

Fuente. Tabla 2

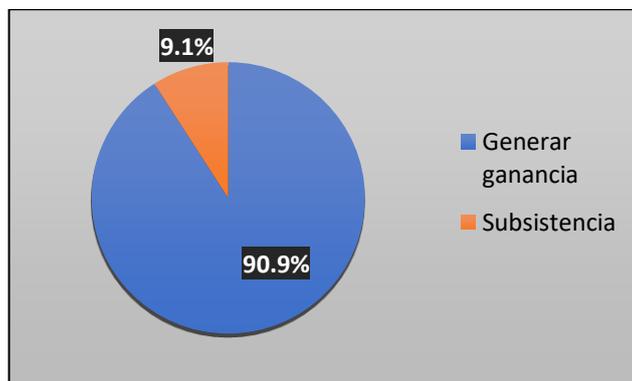


Figura 9. Objetivo de creación:

Fuente. Tabla 2

3. Referente a las características de la gestión de calidad y atención al cliente.

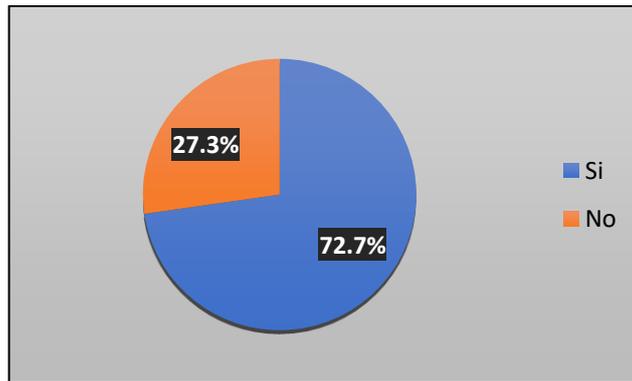


Figura 10. Conoce el término gestión de calidad:

Fuente. Tabla 3

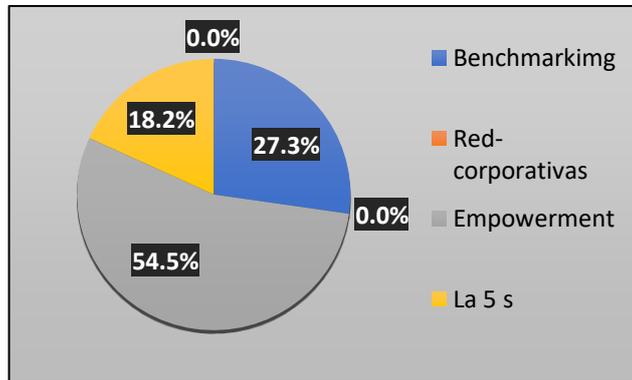


Figura 11. Técnicas modernas de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

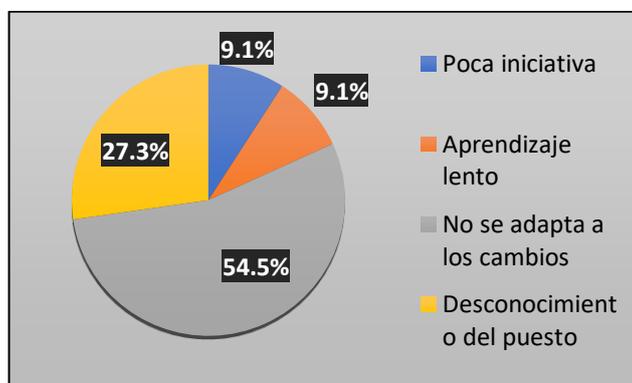


Figura 12. Dificultades para la implementación de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

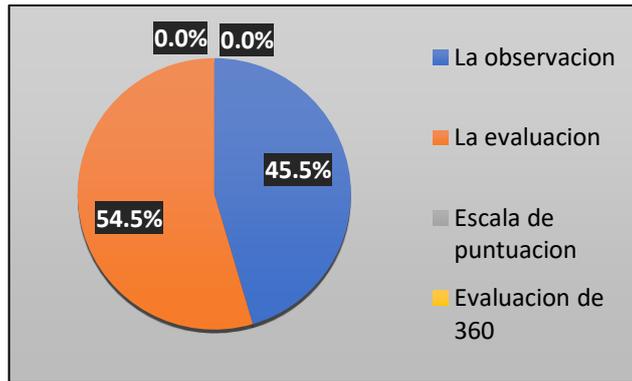


Figura 13. Medición del rendimiento del personal

Fuente. Tabla 3

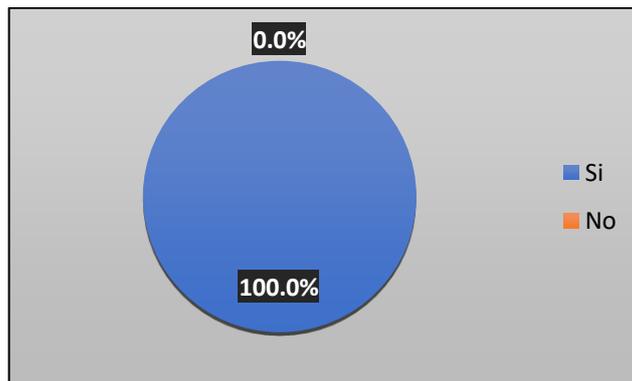


Figura 14. Contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa

Fuente. Tabla 3

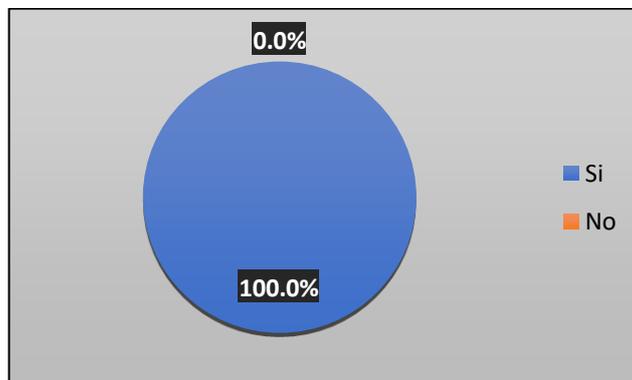


Figura 15. Alcanzar los objetivos y metas de la empresa

Fuente. Tabla 3

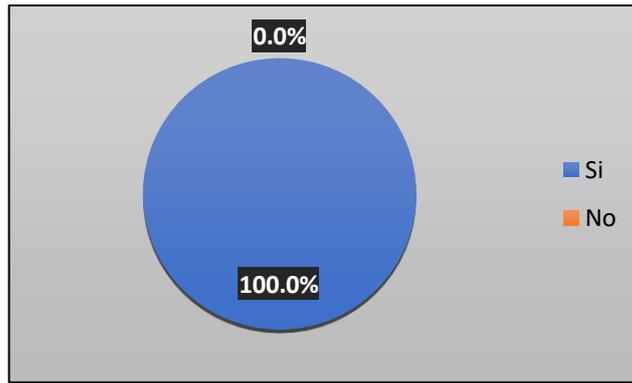


Figura 16. Atención al cliente.

Fuente. Tabla 3

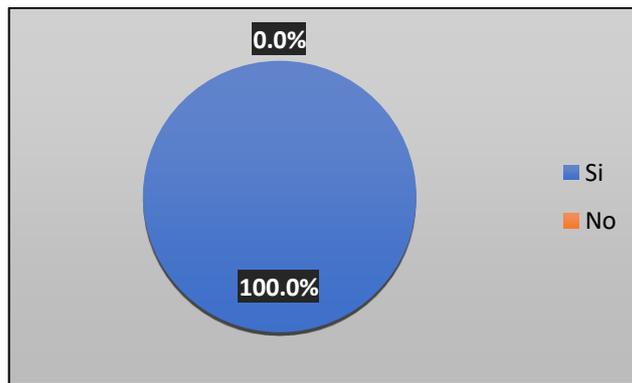


Figura 17. Gestión de calidad en el servicio que brinda

Fuente. Tabla 3

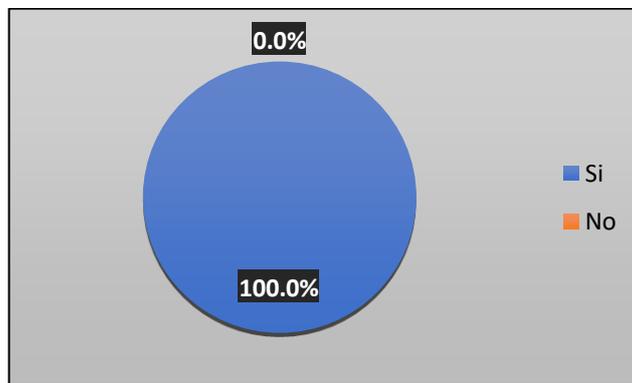


Figura 18. La atención al cliente es trascendente para que el cliente regrese a su negocio

Fuente. Tabla 3

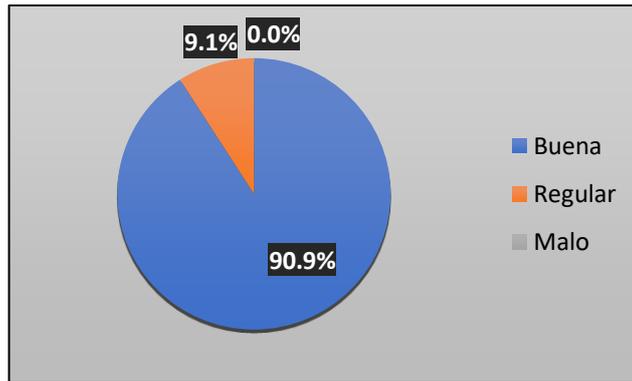


Figura 19. Calificación de la atención

Fuente. Tabla 3

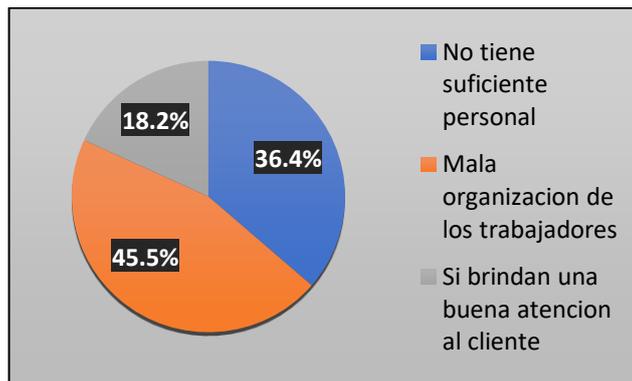


Figura 20. Mala atención al cliente

Fuente. Tabla 3

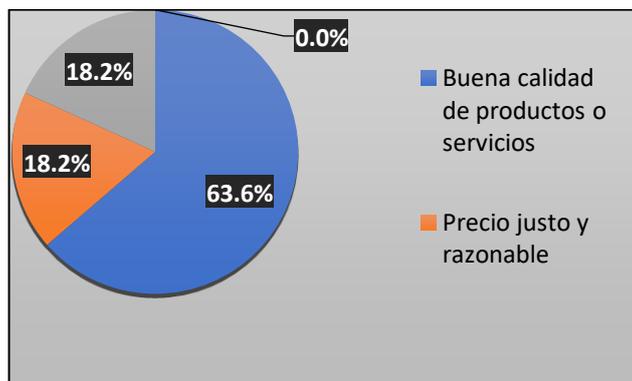


Figura 21. Técnicas modernas de atención al cliente

Fuente. Tabla 3

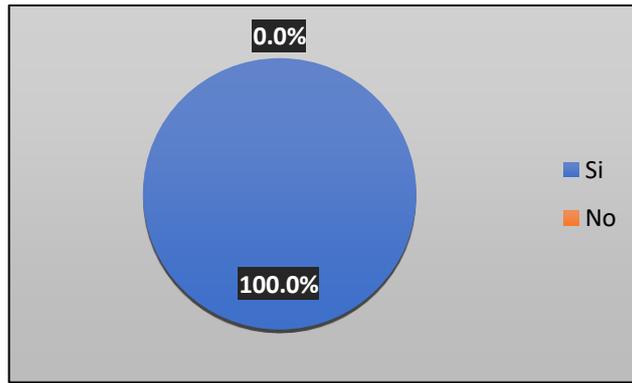


Figura 22. Atiende y da soluciones

Fuente. Tabla 3

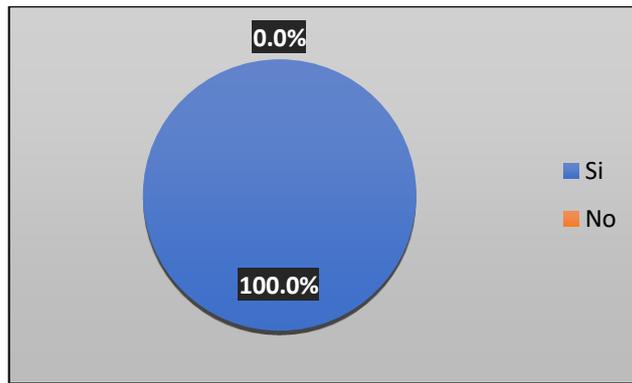


Figura 23. Atención al cliente permite tener más clientes

Fuente. Tabla 3