



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**GESTIÓN DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA
PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR SERVICIOS RUBRO
POLLERIAS DEL DISTRITO DE LAMBAYEQUE, 2019.**

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

AUTORA

**SANTISTEBAN LLAUCE MARÍA MARIELA
ORCID: 0000-0001-6022-1428**

ASESOR

**PELÁEZ VALDIVIESO, JOSÉ VÍCTOR
ORCID: 0000-0002-2186-0398**

**TRUJILLO – PERÚ
2020**

1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Gestión de calidad y satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019.

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Santisteban Llauce María Mariela

ORCID: 0000-0001-6022-1428

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Trujillo, Perú

ASESOR

Peláez Valdivieso, José Víctor

ORCID: 0000-0002-2186-0398

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

JURADO

Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

ORCID: 0000-0003-0829-1511

Rubio Cabrera, Medardo Hermógenes

ORCID: 0000-0002-3094-0218

Rivera Prieto, Héctor Ascención

ORCID: 0000-0002-3924-3048

3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio
Presidente

Dr. Rubio Cabrera, Medardo Hermógenes
Miembro

Mgtr. Rivera Prieto, Héctor Ascención
Miembro

Mgtr. Peláez Valdivieso, José Víctor
Asesor

4. AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecer a Dios, por permitirme estar aún con vida, por todo lo que me ha bendecido, por todo lo que hizo, por todo lo que hace, por todo lo que hará y por darme las fuerzas para seguir luchando por mis metas.

Mi profundo agradecimiento a mi tía, Milagros Llauce Niño, quien siempre ha estado a mi lado, y por darme la iniciativa de estudiar esta carrera profesional.

A mi familia que estuvo a mi lado apoyándome, a través de su ejemplo de honestidad, paciencia, entereza y apoyo incondicional, por todo su trabajo de dedicación en mi formación humanista y espiritual.

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote - ULADECH Filial Trujillo, por acogerme y permitirme adquirir nuevos conocimientos.

5. RESUMEN Y ABSTRACT

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar las características de la Gestión de calidad y satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías en el distrito de Lambayeque, 2019, para ello, se analizó cada una de las variables de estudio en las unidades de investigación.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal o transaccional y descriptivo; así como, se trabajó con una población de 06 MYPEs del sector servicios rubro pollerías en el distrito de Lambayeque. Para la recopilación de la información de las variables de estudio se utilizó un cuestionario con preguntas cerradas.

Se aplicó un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: un promedio de 67% de los establecimientos comerciales son alquilados, se puede observar que del 38% de establecimientos comerciales, el número de tiempo de funcionamiento es un promedio de 1 a 5. El 50% de establecimientos comerciales, el número de sexo es masculino. Del 60% de establecimientos comerciales, el número de Grado de instrucción del propietario es Superior no universitaria. Del 67% los propietarios tienen otra fuente de ingreso.

Finalmente se concluyó, que las MYPE deben seguir llevando un control continuo sobre los beneficios de la satisfacción de sus clientes esto les permitirá conocer más a sus clientes y saber cuales son sus gustos y preferencias.

Palabras clave: Gestión de la Calidad, Satisfacción del cliente, MYPE.

ABSTRACT

The present research work has as a general objective to determine the characteristics of Quality Management and customer satisfaction as a relevant factor in the proposal for improvement in micro and small companies, services sector pollerías in the district of Lambayeque, 2019, for this , each of the study variables in the research units was analyzed.

For the development of the research, the non-experimental-transversal or transactional and descriptive design was used; as well as, it worked with a population of 06 MYPEs of the services sector in pollerías in the district of Lambayeque. A questionnaire with closed questions was used to collect the information of the study variables.

A questionnaire of 20 questions was applied, using the survey technique, obtaining the following results: an average of 67% of commercial establishments are rented, it can be seen that 38% of commercial establishments, the number of operating time is an average of 1 to 5. 50% of commercial establishments, the number of sex is male. Of the 60% of commercial establishments, the owner's Degree of instruction number is non-university Superior. 67% of the owners have another source of income.

Finally, it was concluded that the MYPE should continue to maintain continuous control over the benefits of customer satisfaction, this will allow them to know more about their customers and know what their tastes and preferences are.

Keywords: Quality Management, Customer Satisfaction, MYPE.

6. CONTENIDO (INDICE)

1.	TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	i
2.	EQUIPO DE TRABAJO	ii
3.	HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
4.	AGRADECIMIENTO	iv
5.	RESUMEN Y ABSTRACT	v
	ABSTRACT	vi
6.	CONTENIDO (INDICE)	vii
7.	INDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADRO	viii
	I. INTRODUCCIÓN	1
	II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
	2.1. Antecedentes	5
	2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN	20
	III. HIPÓTESIS	30
	IV. METODOLOGÍA	30
	4.1. Diseño de la investigación	30
	4.2. Población y muestra	31
	4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.	32
	4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
	4.5. Plan de Análisis	34
	4.6. Matriz de Consistencia	35
	4.7. Principios Éticos	37
	V. RESULTADOS	37
	5.1. RESULTADOS	37
	5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS	41
	VI. CONCLUSIONES	46
	ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	47
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
	ANEXOS	51

7. INDICE DE GRÁFICOS, TABLAS Y CUADRO

GRÁFICOS

GRAFICO 1	56
GRAFICO 2	56
GRAFICO 3	57
GRAFICO 4	57
GRAFICO 5	58
GRAFICO 6	58
GRAFICO 7	59
GRAFICO 8	59
GRAFICO 9	60
GRAFICO 10	60
GRAFICO 11	61
GRAFICO 12	61
GRAFICO 13	62
GRAFICO 14	62
GRAFICO 15	63
GRAFICO 16	63
GRAFICO 17	64
GRAFICO 18	64
GRAFICO 19	65
GRAFICO 20	65

TABLAS

Tabla 1: Características de los gerentes y/o representantes de las micros y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.....	37
Tabla 2: Características de las Micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.....	38
Tabla 3: Características de la Gestión de calidad Micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.....	39

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las micro y pequeñas empresas (MYPEs) son una organización socio - económica de gran impacto en las diversas economías a nivel mundial. En particular, éstas requieren poca inversión, mínima organización y poseen una gran flexibilidad para adaptarse a los cambios del entorno.

Las MYPEs en el Perú, representan más del 98% del total de las empresas, aportan con un 85% a la PEA y un 61% al PBI; es decir, son las mayores generadoras de empleo en la economía. Si el 98% de las MYPEs del país lo llevamos al 100%, se tiene que el 97% son microempresas y el 3% son pequeñas. Asimismo, del 97% de las micro y pequeñas empresas, el 75% son informales y el 25% son formales. En cambio, el 80% de las pequeñas empresas son formales y el 20% son informales. El 80% son micro empresas de subsistencia y el 20% son microempresas de ganancias empresariales.

Un sistema de gestión de la calidad es la forma en la que una organización dirige y vigila aquellas acciones empresariales que están vinculadas con la calidad. Que consta de la estructura organizativa a la que se integran la planificación, los procesos, los recursos y la documentación que se emplea para lograr los objetivos de la calidad, para mejorar los productos y servicios y para complacer las necesidades de los clientes y de esta manera incrementar su operatividad y por ende la rentabilidad de los negocios.

La carencia de capacidad emprendedora y de percepción de negocio por informativo de los propietarios de las empresas, que conlleve a la gestión administrativa efectivo y capaz, que accedan conseguir efectividad en ámbitos cambiantes, esta escasez se ve evidenciada en la informalidad de demasiados negocios y empresas en donde no se aprovechan los recursos con que posee el negocio, para certificar el posicionamiento y el desarrollo en el sector económico. La carencia de destrezas y aptitudes profesionales en prospectiva financiera que accedan estimar nuevas empresas en horizontes de corto, mediano y largo plazo, a través del uso de herramientas informáticas, donde se trate toda la información financiera de la compañía, como los estados financieros y los indicadores para la toma de decisiones, la consecuencia que trae este aspecto es la poca rentabilidad.

Además, según el artículo del Ministerio de la Producción denominado “Análisis de los resultados basados en la Primera Encuesta Nacional de Empresas 2015”, manifiesta que, al cierre del año 2014 existían 1,592 232 empresas formales en el Perú, de las cuales en la distribución de empresas formales en las regiones del Perú se evidencia un fenómeno en el segmento de micro y pequeñas empresas (MYPE) representando en este sector más del 99 % a nivel nacional. Por lo tanto, las MYPE cumplen un rol fundamental en el tejido empresarial peruano debido a que son las principales generadoras de empleo (86.0% del empleo en el sector privado y 58.6% de la PEA ocupada en el 2015). Sin embargo, este segmento aporta poco a los ingresos del país debido a sus bajos niveles de productividad. Se estima que las MYPE sólo aportan el 23.5% del valor agregado total generado por las empresas privadas formales.

Lo que nos muestra la significativa importancia de las MYPE a nivel nacional, aunque no todas estarían activas a la fecha, y pueden haber surgido nuevas, dado que las tasas de mortalidad y natalidad de las MYPE son especialmente altas debidas al afán de la población por crear sus propios puestos de trabajo. La mayor parte de los empresarios tienen profundo conocimiento técnico, pero existe resistencia a delegar responsabilidad, y esto se debe a que el dueño de la MYPE no confía en sus empleados y cree que es el único que puede resolver conflictos. Por su parte, Huaruco (2014), manifiesta que más del 80% de las MYPE peruanas desarrollan sus actividades de modo intuitivo y carecen de los elementos necesarios para ser competitivas en un mercado globalizado como el que enfrenta el país, por lo que se resalta más la importancia de la presente investigación.

En lo que respecta las amenazas y oportunidades externas, en las MYPE son dos términos clave para el estudio de la planeación estratégica. En el Perú las MYPE rubro Restaurant-Pollerías o Pollerías es un negocio que ya tiene más de 60 años de existencia, considerado como patrimonio cultural por el INC, sigue trayendo nuevos inversionistas cada año. Esto debido a que el pollo a la brasa es considerado la primera alternativa de las familias peruanas a la hora de salir a comer. Se estima que cada año abren aproximadamente 8,000 pollerías a nivel nacional pero no todas continúan y esto debido principalmente a la alta competencia, para ello así se debe

tener más conciencia sobre la idea de negocio que se desea realizar, y estar informado sobre las situaciones a la que se puede enfrentar el inversionista. Para las MYPE en investigación los propietarios de las pollerías deberían tener más en cuenta las variables de esta investigación, realizar un plan de negocio que le ayudará para lograr establecerse y mantenerse en el mercado sin fracasar ya que debido a la información de que cada año incrementan los negocios de este rubro.

Según el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo, en su publicación del Boletín de Estadísticas Ocupacionales (2007), menciona que, la subrama de restaurantes incrementó su número de trabajadores gracias al impulso de las cadenas de pollerías que contratan personal adicional por el aumento de sus ventas, por la temporada alta y por la apertura de nuevos establecimientos. Las franquicias de comida rápida incrementaron su número de trabajadores por la mayor demanda de estos productos en el mercado, lo que obligó a la contratación de personal para atención al público, sobre todo en la temporada alta de ventas como feriados largos y fechas conmemorativas.

El microempresario Lambayecano que desea surgir y ser empresario exitoso, debe tener la experiencia plena y los objetivos bien planteados para llevar a cabo en su idea de negocio, es importante también capacitar y seleccionar correctamente a sus trabajadores, tales como motivarlos también para que se obtengan las utilidades deseadas.

Cabe señalar que existen constantes cambios tales como, la facilidad con que se transmite la información a nivel mundial, existe una gran competencia en el mercado debido al ingreso de nuevos establecimientos tanto nacionales como internacionales, esta perspectiva hace necesaria al mejoramiento de un servicio al cliente a base de calidad, ya que cada día los clientes se vuelven más exigentes, por lo cual todo el desempeño de las empresas están enfocadas finalmente en satisfacerlos brindándoles ventajas respecto a la competencia. Así mismo que les permita realizar un desarrollo sostenido con el transcurrir del tiempo. Por este motivo la empresa debe mantener que su cliente reciba un servicio en el momento, a un precio adecuado y además de ello, debe asegurarse del uso correcto del mismo como un servicio post venta (Pérez, 2014). En el sector de alimentos, actualmente

existe gran competencia y sobre todo si se da en una zona con alta afluencia turística y en uno de los países con una de las mejores gastronomías del mundo como Perú. Es por ello que gracias a esta competencia los hoteles implementan un restaurante porque saben que es sencillo y rentable a la vez, pero han olvidado que el cliente de hoy, el cual busca el servicio de alimentación es mucho más exigente que antes y el tema de satisfacerlo ha pasado a un segundo plano. Los restaurantes deben brindar un servicio que vaya acorde con las necesidades del cliente actual para que así pueda satisfacerlo completamente. (Valdiviezo 2017).

La satisfacción del cliente es considerada objetivo de prioridad para la gestión de la calidad total. Para lograr satisfacer al cliente, se tiene que saber llegar a él, y no hay mejor forma que saberlo escuchar, para conocer sobre sus expectativas y necesidades que requieren, y trabajar en base de ello para lograr satisfacerlos. En cuanto a pollerías se refiere, encontramos diversidad de establecimientos en cada lugar que nos encontremos.

En el distrito de Lambayeque, donde se realizó la presente investigación, se desconocía las características de las MYPEs, de los representantes y de la gestión de calidad y la satisfacción del cliente, por lo tanto se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías en el distrito de Lambayeque, 2019?.

Para dar respuesta a esta interrogante se planteó como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad y satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías en el distrito de Lambayeque, 2019.

Para poder comprender el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las características de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías en el distrito de Lambayeque, 2019.
- Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, sector

servicios rubro pollerías en el distrito de Lambayeque, 2019.

- Determinar las características de la Gestión de Calidad y Satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías en el distrito de Lambayeque, 2019.
- Elaborar una propuesta de Mejora de la Gestión de Calidad y Satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías en el distrito de Lambayeque, 2019.

La presente investigación se justifica porque permitirá conocer aspectos teóricos de la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente que se aplican en las micro y pequeñas empresas para su crecimiento y desarrollo, es decir, la investigación permitirá describir la propuesta de Satisfacción al Cliente para las micro y pequeñas empresas de este rubro gestión de la calidad y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías en el distrito de Lambayeque.

A nivel teórico la investigación servirá de base para futuras investigaciones que se realice con este tipo.

La metodología que se utilizará en la presente investigación será: nivel cuantitativa, de nivel descriptivo, investigación no experimental transversal transaccional, se utilizará la técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario que se ejecutará en el rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019.

Se concluye que la mayoría de los Representantes son de género masculino (67%). La mayoría tiene grado de instrucción de educación superior no universitaria (60%).

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Hernández, Barrios y Martínez (2018) en su trabajo de investigación titulado “Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones”, de la universidad de Bogotá (Colombia). Mencionan que un Sistema de Gestión de la Calidad puede ayudar a tener un mejor control de

cada uno de los procesos internos de una organización, desde un enfoque basado en procesos interrelacionados. Por ende, una cultura de la calidad debe estar basada en requisitos específicos como la satisfacción del cliente en toda su extensión y sobre la base del principio de mejora continua. Además, señalan que la gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente. El presente trabajo de investigación explora algunos conceptos sobre la calidad, los modelos de medición más utilizados y su aplicabilidad en empresas de servicio. El propósito es analizar cómo la gestión de la calidad puede usarse, independientemente del sector, como elemento clave para el desarrollo de las organizaciones.

Concluyen que la calidad en el sector servicios hace referencia al acceso, interacción, buen trato del personal y su preparación para servir, recibir respuestas satisfactorias, ser escuchado para opinar sobre la calidad del servicio y apreciar mejoras en el mismo. En términos de un buen clima organizacional proporciona un ambiente propicio para favorecer una cultura de calidad enfocada en las metas de la organización y apropiada a su entorno saludable, como nuevo enfoque gerencial, permite a organizaciones convertirse en entidades de avanzada en los senderos de la gestión del conocimiento, basada principalmente en el recurso más importante, el recurso humano y sus conocimientos. Señalan que la verdadera capacidad empresarial no está representada en la cantidad de información con que cuente, sino en la capacidad para utilizarla. Además, promover la calidad representa la oportunidad para impulsar la competitividad empresarial a través de la conexión entre producto o servicio y cliente, siendo esto una vía para estar en sintonía con los cambios del mercado y del entorno dinámico que demanda hoy día estrategias y acciones precisas, con el menor riesgo posible.

Rueda (2014) en su trabajo de investigación “Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001-2008 para la empresa Mamut Andino. C.A.” trabajo de titulación previo a la obtención del título de

ingeniera industrial, en la Universidad de Guayaquil, quien tuvo como objetivo general Diseñar un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2008 para la compañía Mamut Andino en el área de Operaciones el cual utilizo la metodología de la documentación y tiene un criterio práctico que evite generar actividades burocráticas en la empresa.

Por medio de entrevistas lluvia de ideas diagrama de Ishikawa y levantamiento de la documentación utilizada en cada proceso, llegando a las siguientes conclusiones que la propuesta de Diseño del Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2008 es la adecuada para esta organización, determina que son procesos que pueden enfrentarse a un control continuo de la calidad y que el proyecto realizado servirá de base para que Mamut Andino empiece el cambio e incentive al personal a medir sus procesos mediante indicadores de gestión, controlar y realizar un seguimiento de dichos procesos, sin que requiera una gran inversión, tanto de tiempo como de dinero, hasta el momento en que la organización implemente sus sistema de gestión de la calidad, la adopción de un sistema de gestión de la calidad, se genera como una estrategia para la organización, el fin es que la organización se vuelva competitiva generando beneficios a mediano y largo plazo, logrando a la vez asegurar a sus antiguos clientes y atrayendo a nuevos clientes.

Santos K (2017). En su tesis *“Calidad de servicio del personal y su influencia en la satisfacción de los clientes en el Restaurante El Madero Distrito La Victoria Chiclayo 2017”*, para obtener el título profesional de licenciado en Administración- Universidad César Vallejo-Chiclayo. El autor presentó como objetivo general: Analizar la influencia entre la calidad de servicio del personal y la satisfacción de los clientes en el Restaurante “El Madero” Distrito la Victoria, Chiclayo 2017, la investigación es de tipo descriptivo y presenta un diseño correlacional, la muestra de los sujetos de estudio corresponde a 201 clientes, quienes fueron encuestados en un único momento.

A su vez teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la investigación se

halló que del 100% de encuestados el 55.7% considera que la calidad de servicio en el Restaurant el Madero, es buena y el 27.4%, manifestaron que la calidad de servicio es excelente. Por otra parte, un 16.9% manifiesta que el servicio es regular, en tanto que los administradores del negocio deben revertir este porcentaje en valor aceptable como buena calidad de servicio, mejorando sus procesos y capacitando al personal encargado de atender a los clientes.

En los hallazgos encontrados respecto a la satisfacción del cliente en el Restaurant El Madero, se obtuvo un 10.45% de clientes respondieron estar poco satisfechos, si bien es cierto el valor es relativamente bajo, sin embargo, es importante para el análisis cuando se tienen que estudiar la calidad de servicio, en la línea gastronómica. En tanto habiéndose realizado el análisis de la correlación entre las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en el Restaurant El Madero, se observó que existe correlación entre las variables analizadas, a través de la prueba estadística es de 0.577, lo que significa que la relación es moderada; recomendándose mejorar la calidad del servicio, enfocándose en establecer un plan de capacitación para sus colaboradores, diseñar un plan de reconocimiento para los clientes fidelizados, promover entre sus colaboradores el trabajo en equipo y cultura propia de la empresa.

Lizet Antúnez (2017) en su tesis: Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector servicio - rubro restaurantes, 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.

Karina Goicochea (2016), tesis: La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015, para optar el título profesional de licenciada en Administración, en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio –rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015. La investigación fue tipo cuantitativa - nivel descriptivo, diseño no experimental- transversal, para el recojo de la información se escogió una muestra poblacional de 10 MYPE en el rubro de restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: respecto a los representantes legales de las MYPE: el 100% son de nacionalidad peruana, el 80% tiene entre 31 y 50 años de edad, y el 70% son del género masculino. Respecto a las micro y pequeñas empresas: el 60% tiene de 7 a más años de funcionamiento en el mercado, y el 60% tienen de 1 a 4 de trabajadores. Respecto a la gestión de calidad: 80,0 % de la población encuestada, aseguran que, sí tienen conocimiento sobre el significado de gestión de calidad mientras, que el 10,0 % no tienen conocimiento del significado de gestión de calidad, también se obtuvo que el 30 % de la población, desarrolla políticas de calidad en el restaurante; mientras que el 70% no desarrolla políticas de calidad.

Kevin Luna (2016) en su tesis Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013, para optar el título profesional de Licenciada en Administración, concluye que la mayoría (60,9%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, la mayoría absoluta (52,2%) tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría relativa (47,8%) tiene el grado de instrucción universitaria y la mayoría relativa (43,5%) cuenta como administrador 3 años en el rubro. La mayoría absoluta (69,6%) de las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote están formalizadas, la mayoría absoluta (65,2%) se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría absoluta (65,2%) mantienen a sus trabajadores en condición informal. La totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores.

Tapia (2008) en su tesis sobre “¿Existe inadecuación del servicio referente a las MYPE del sector servicios rubro Restaurantes de Lima con respecto a la atención al cliente?”. Trabajo presentado para optar el Grado Académico de Magister en Administración en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En este trabajo, el autor analiza, sintetiza e interpreta que el nivel de inadecuación del servicio se ha hecho bastante visible y obvio en todo el territorio nacional, y que el mismo resulta un elemento que frena el desarrollo del sector. Conclusión: Las MYPE del sector Restaurante en su mayor parte dan un mal trato a los clientes; así mismo se considera a las MYPE como la mayor fuerza productiva de nuestro país.

Recomendaciones: En el estudio se recomendó que se tiene que mejorar la

atención al cliente, ya que ellos son muy importantes en la organización.

García (2011): Tesis sobre “Servicios de atención al cliente en la ciudad de Huaraz”, de García & Wully, año 2011. La presente tesis tiene como finalidad optimizar las facilidades del servicio en una entidad bancaria. Una visión del diseño facilidades, en una empresa bancaria; desde el punto del servicio al cliente, las herramientas de la gestión de la calidad, y el diseño de instalaciones. Los resultados del trabajo nos permiten establecer que la metodología es factible y aplicable a otras empresas de servicio, donde se tiene colas (bancos, cajeros, etc.)

Conclusiones: Las principales conclusiones que se arribaron en este estudio es que el concepto de servicio y estrategia para proveer un servicio con facilidades, permiten diferenciarse de la competencia, toda empresa necesita en los tiempos actuales someterse a un proceso de mejora continua a los efectos de incrementar sus niveles competitivos, generando nuevos negocios, reduciendo sus costos e incrementando sus niveles de rentabilidad, finalmente la disposición de un sistema de colas, tiene un profundo efecto en la imagen, congestión y eficiencia en el servicio.

Recomendaciones: En el estudio se recomendó que se tiene que tener una buena disposición, promete un suavizado flujo de clientes y no el hacinamiento en las áreas de espera.

Ortiz (2016) en su estudio de grado titulado “Investigación de mercados para saber el nivel de satisfacción de los clientes del restaurante y asadero los Arrayanes en el municipio de la playa de Belén”, Ocaña – Colombia para obtener el título de Tecnóloga en Gestión Comercial y Financiera, cuyo objetivo es conocer la percepción que tienen los clientes respecto a la imagen que tienen del “Restaurante y Asadero Los Arrayanes”. La problemática que se identificó en esta investigación fue no haber implementado nuevas estrategias para la mejora de la calidad de servicio porque no se ha evaluado nunca la satisfacción de sus clientes La metodología que se utilizó fue de tipo descriptiva y la técnica de recolección fue la encuesta, además teniendo en cuenta que la población es finita y manejable, no fue necesario tomar una

muestra así que se trabajó con el total de la población de 50 clientes constantes, teniendo en cuenta que esta información fue proporcionada por el dueño del restaurante.

En esta investigación se plantearon objetivos pudiendo obtener como resultados de la percepción del cliente que la fiabilidad, elementos tangibles y la seguridad son buenas en el establecimiento, además que en base a estos resultados se propuso crear estrategias que ayuden al mejoramiento constante de la calidad en los servicios, la satisfacción de los clientes e incrementar sus ventas en cuanto a número de clientes.

Clavijo (2016) en su investigación “Propuesta para Optimizar la Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes en el Restaurante Colombia 76”; Universidad Francisco De Paula Santander, Facultad De Ciencias Administrativas Y Económicas. Concluye que el restaurante Colombia 76 se vio la necesidad de presentar una propuesta para optimizar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, diseñando herramientas que promuevan el desarrollo de la empresa, logrando de esta manera el reconocimiento y posicionamiento de la imagen corporativa en la región de Ocaña. Con el fin de proponer una herramienta de apoyo organizacional, estableciendo un sistema de trabajo que han de desarrollar los integrantes del restaurante para desempeñarse eficientemente, se diseñó la estructura organizacional para Colombia 76. Una herramienta donde la misión y la visión se elaboraron de acuerdo a la razón de ser de la empresa y las expectativas de crecimiento que tiene a futuro. Los principios y valores organizacionales se definieron pensando en mejorar la comunicación y las relaciones interpersonales en el equipo de trabajo. El gestor humano se organizó de acuerdo a la jerarquía que se maneja actualmente, describiendo y analizando los puestos de trabajo mediante un documento que señala las características primordiales y genéricas de cada cargo de la empresa. En aras de mantener una comunicación efectiva con el cliente, logrando su fidelización mediante la implementación de estrategias relacionadas con el producto, el precio, la publicidad y la plaza o canales de distribución de la empresa, se planteó un plan de marketing de acuerdo a la situación actual del

mercado.

En el plan se presentan estrategias como capacitación de personal, especialización en ciertos productos y/o servicios, inclusión de nuevos servicios, ampliación de la gama de productos, precios competitivos, segmentación de mercado, modificación de canales de distribución, E Commerce y publicidad. Dichas estrategias están respaldadas con un plan de acción, asignación presupuestaria y un sistema de control para su efectividad en la ejecución del mismo. Finalmente, se presenta ante los socios de la empresa la propuesta de fortalecimiento organizacional y de marketing, como herramienta de apoyo en la toma de decisiones encaminadas al éxito organizacional.

Álvarez y Rueda (2016) en su investigación titulada “Evaluación de la satisfacción al cliente del restaurante El Corralito Ocañero”, Ocaña - Colombia para obtener el título de tecnólogos en gestión comercial y financiera donde tuvo como objetivo analizar la opinión de los comensales en cuanto al servicio que reciben en el restaurante “El corralito Ocañero”. La problemática que se identificó en la investigación fue la demora en la entrega de los pedidos al consumidor final. La metodología de la investigación que se realizó fue descriptiva y la muestra fue de 169 clientes además el instrumento de recolección de datos fue la encuesta.

En esta investigación se obtuvo resultados de la satisfacción de los clientes que en general era buena, pero se observó debilidades en la prestación de servicio y la atención que se les da. Por ello se plantearon estrategias en el restaurante sobre todo en plantear mejores decisiones en cuanto para mejorar el servicio y su calidad la cual se les brindara a los clientes.

Guerrero (2018) en su investigación titulada: “Calidad de servicio y Satisfacción de los clientes en el restaurante Quililicha Café & Catering SAC. - Lima 2017” trabajo de investigación para optar el Título Profesional de licenciada en turismo, hotelería y gastronomía de la Universidad de Huánuco, se elaboró con la finalidad de conocer la calidad de servicio, así como

también la incidencia en la satisfacción del cliente en el restaurante Quililicha Café & Catering SAC – 2017”, el Objetivo: fue describir de qué manera la calidad del servicio incide en la satisfacción del cliente del restaurante Quililicha Café & Catering SAC. - 2017: El trabajo de tesis es cuantitativo, descriptivo, no experimental de corte transversal y correlacional, para lo cual se realizaron encuestas a los clientes que consumen los servicios en la empresa., de esta manera se seleccionó una muestra representativa de 319 clientes de un total de población de 1873 clientes entre ellos mujeres y varones, con un nivel de confianza del 95%, luego para el análisis correspondiente se emplearon tablas de frecuencia y prueba estadística.

Según los resultados indican que las instalaciones del restaurante Quililicha Café & Catering SAC. lucen atractivas y limpias regularmente, siendo el 56% de la muestra, así como también los resultados demuestran que el ambiente interno del restaurante Quililicha Café & Catering SAC es agradable siendo su respuesta mucho con un total del 50% de la muestra que se estudió. Además, en los resultados que si los empleados conocen los productos y servicios que brinda la empresa la mayor respuesta fue a veces representando el 32%, el resultado de la pregunta que los empleados muestran honestidad a la hora de atenderlos fue regular, dando un nivel de confianza para el estudio de investigación. Los resultados de la pregunta hacia los empleados ofrecen un servicio rápido, pero cortés a sus clientes la respuesta fue a veces, representando el 56% de la muestra en estudio. Por lo que podemos observar que en los resultados las respuestas más frecuentes son regular, a veces, bueno, esto nos da un nivel de confianza para el estudio de la investigación realizada en el 2017. Por lo tanto, se llegó a las conclusiones de que la calidad de servicio ofrecida en el restaurante Quililicha Café & Catering SAC influye de manera positiva en el nivel de satisfacción del cliente, Se demostró mediante los resultados obtenidos que el perfil de público objetivo se basa en un estilo de vida moderno donde el principal motivo por el cual sale a comer fuera de casa es por la familia y por gusto. Por lo tanto, los atributos más buscados ante un centro de comida rápida es el buen ambiente, el buen sabor y la variedad de menús que pueda encontrar, lo cual va de la mano con la rapidez en que lo puedan atender.

Manrique (2015) en su trabajo de investigación titulado El control interno y su incidencia en la gestión de recursos humanos en el hotel “Pastoruri” Independencia - Huaraz, 2014 (Tesis de Maestría). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Huaraz, Perú. Concluyo lo siguiente: Se cumplió con el objetivo específico, debido a que se pudo describir la situación del control interno, tal como se demostró en el desarrollo del cuestionario de control interno, dado que el 61% de los encuestados consideran que sería óptimo aplicar el control interno en el Hotel "Pastoruri", el mismo que debe realizarse en forma permanente para así detectar riesgos, fraudes o irregularidades. Además se cumplió con el objetivo específico por lo que se pudo identificar los problemas en la gestión de recursos humanos de la empresa en estudio, tal como se demostró en el desarrollo del cuestionario de Gestión de Recursos Humanos, donde el 75% de los encuestados consideran que sería óptimo aplicar el control interno para una buena Gestión de Recursos Humanos y lograr los objetivos del Hotel “Pastoruri” con la finalidad de aumentar una buena gestión y una atención eficiente a los huéspedes. Así mismo se ha determinado que el control interno en los componentes de Comportamiento Organizacional, Evaluación de riesgos y en ambientes de control no incide en la gestión de recursos humanos en el Hotel “Pastoruri. Se concluyó que el Control interno no incide 25 en la gestión de recursos humanos, según los resultados obtenidos la ausencia de un control interno en el hotel, suman a aumentar el grado de incumplimiento de los objetivos trazados en la institución ya que no se realizan control previo a las funciones asignadas, teniendo en cuenta que, a través de la evaluación de riesgos, se podría minimizar contingencias y prever gastos innecesarios.

Cruz (2016) en su investigación “La Calidad del Servicio y su Incidencia en la Satisfacción del Cliente del Restaurante La Huerta - Puno, Periodo 2015”. Universidad Nacional del Altiplano, Puno – Perú. Concluye que a través del desarrollo de esta investigación, se reveló que el restaurante “La huerta”, ofrece un servicio regular con respecto a calidad de servicio, atendiendo moderadamente las necesidades de sus clientes, debido a que se identificó la existencia de aspectos que inciden de manera desfavorablemente en el nivel

de satisfacción de los clientes, como se dio de manera gradual en la dimensión de Capacidad de respuesta (2,93) y seguridad (2,79), relacionado a la prestación del servicio de forma rápida, eficiente y sobre todo con la habilidad de poder transmitir confianza hacia nuestros clientes. De acuerdo a los resultados obtenidos, nivel de percepciones (3,022) y nivel de expectativas (4,022); se pudo determinar que existe una serie de importantes implicaciones en su mayoría para los empleados debido a que las percepciones de la calidad se encuentran por debajo de las expectativas de los clientes, evaluados según la escala de Likert 3 los clientes no quedarían ni insatisfechos ni satisfechos; por lo que considero indispensable poder implementar esos aspectos que se identificaron en cada dimensión, para mejorar más aun la calidad de servicio que ofrece el Restaurante “La Huerta”, se ha elaborado una propuesta de lineamientos, que servirán para mejorar el nivel del servicio del restaurante “La huerta”, que permitirá orientar las acciones, decisiones e iniciativas que se deban tomar en cuenta, los lineamientos son los siguientes: Recibirlo bien; Desarrolle una actitud amistosa Estar pendiente del cliente; Comunicar el mensaje; Tratar al cliente con el respeto y la importancia que merece; Mantener la relación fresca con el cliente; Tiempo de atención eficiente.

Moreno (2012) en su trabajo de investigación “Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante La Cabaña de Don Parce” en la Universidad de Piura”. El objetivo fue ejecutar un análisis del nivel de satisfacción de los clientes en el establecimiento “La Cabaña de Don Parce”. Los clientes han ido alcanzando un papel importante, para ello las organizaciones deben enfocarse en la satisfacción de estos mismos. La investigación fue de tipo descriptiva, ya que analiza el grado de satisfacción de los consumidores en relación al servicio ofrecido en el restaurante; para ello se recurrió a la elaboración de un cuestionario adaptado al restaurante. El tiempo del estudio es de corte transversal, ya que se pretendió evaluar la satisfacción, en un periodo dado. El autor determinó que los consumidores se encuentran conformes con el servicio recibido por el restaurante “La Cabaña de Don Parce”. Por otro lado, los resultados reflejaron que los clientes no se sienten conformes con el precio pagado en relación a lo recibido.

Valdiviezo (2017) en su trabajo de investigación “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en el área de operaciones del Banco de Crédito del Perú, agencia Piura 2016” trabajo de investigación para optar el título de licenciada en ciencias administrativas de la Universidad Nacional de Piura, En la tesis se analiza la relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Área de Operaciones de la Agencia Principal del Banco de Crédito del Perú, en la ciudad de Piura. Para medir la calidad del servicio se utilizó las dimensiones del modelo ServQual y la forma de evaluar fue del modelo ServPerf. Para medir la satisfacción del cliente, se recurrió a las dimensiones propuestas por Santiago (1999). Para establecer la relación se aplicó una encuesta a una muestra de 363 clientes del banco. Para cumplir con los objetivos del estudio se aplicó un cuestionario estructurado en escalas de Likert, orientado evaluar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. El cuestionario contiene preguntas con cinco alternativas de respuesta, que expresan la concordancia con los elementos de la calidad del servicio, así como la satisfacción por los elementos del mismo. Las alternativas van desde el total desacuerdo o total insatisfacción, hasta la concordancia total o la satisfacción total; a estas alternativas se les asignó valores del 1 al 5, de manera que el promedio de la escala es de 3 puntos. Para evaluar las dos variables se utilizó la percepción promedio, de manera que, si su valor supera los 3 puntos, hay concordancia o satisfacción por los elementos del servicio; por el contrario, cuando los promedios son iguales o inferiores a los 3 puntos, los clientes evidencian indefinición o poca concordancia con los aspectos evaluados.

Pérez (2014) en su trabajo de investigación “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC - Chiclayo periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012” de la Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo Chiclayo, cuyos resultados revelan que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende moderadamente las necesidades de sus clientes, sin embargo puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse a los requerimiento y así superar las expectativas del cliente.

Las ratios de gestión nos indican que la empresa está aprovechando todos sus recursos para poder mejorar esta situación, no hay rentabilidad apropiada por ende la empresa es ineficiente, se encuentra debajo del promedio del sector y no ha generado los ingresos que debería, lo que indica que la empresa ha realizado una deficiente gestión empresarial.

El servicio al cliente en la empresa se encuentra en un nivel aceptable de prestación de un servicio, debido a las mejoras que ha ido implementando de un periodo a otro, la empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y se requiere de una mayor preparación para la atención a la cliente personalizada, a una excelente atención al público esto repercute en los ingresos de la empresa y esta pueda lograr una fidelización con los clientes por el servicio que presta. Además, la infraestructura percibe un ambiente limpio y cuidado que crea un vínculo favorable entre la empresa y sus clientes, la empresa obtuvo en los resultados una satisfacción positiva de los usuarios por la infraestructura, pero aún le falta organizar bien al personal para realizar la limpieza correspondiente, los gastos para mantener este ambiente natural limpio son considerables, pero influyen en las decisiones de los usuarios y aumentan la calidad del servicio al cliente.

Así mismo señala que otro factor que involucra la calidad del servicio al cliente son los insumos los cuales la empresa debe procurar mantener controlados desde su compra hasta su utilización para evitar problemas en la preparación de los platos de comida. Se recomienda para mejorar la situación de la empresa se plantea incrementar la calidad del servicio al cliente en todos sus ámbitos, por ello al analizar los principales puntos que inciden en la calidad del servicio al cliente se pronostica revertir la situación de la empresa, los principales puntos son la atención a la cliente personalizada, una infraestructura limpia y cuidada y utilización de insumos de calidad.

Almestar (2017) en su tesis titulada “Caracterización de la competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, filial Piura. La presente tuvo objetivo: Determinar las características de la

competitividad y atención al cliente en las MYPE del rubro pollerías en la urbanización Ignacio Merino – Piura, año 2017. Se utilizó la metodología descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Y entre sus conclusiones respecto a atención de calidad se obtuvo: que las características que presenta son: una deficiencia en la atención y la resolución de dudas o consultas, por lo que la fidelidad de la cual no cuentan las pollerías, los dueños necesitarán plantearse como saber que necesitan los clientes, porque hay un sector que piensa que no ha mejorado en lo absoluto para aumentar su participación en el mercado.

Vela, M (2018) En su tesis: *“Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las Mypes del sector servicios, rubro restaurant, Distrito de Calleria”*, para optar el título profesional de licenciada en administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Pucallpa. Consideró como objetivo principal de la investigación: Determinar la Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, distrito de Calleria. La metodología de investigación utilizada fue del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptivo y Correlacional. Se aplicó un cuestionario estructurado de 19 preguntas con la técnica de encuesta, aplicado a una muestra de 17 Mypes de este sector y rubro. Teniendo como resultados: El microempresario del rubro restaurant del distrito de Callería, se caracteriza por encontrarse en su mayoría (47,1%), en el rango de 29 a 39 años, sin embargo. el rubro tiene apertura a todas las edades indistintamente. Asimismo, indistintamente pueden participar emprendedores del sexo masculino (70,6%) y del sexo femenino (29.41%). Respecto al nivel de instrucción, de la misma manera destaca nivel de instrucción: “técnica” 52,9%, “universitaria” 35.28% y “sin estudios concluidos” 11.76%; evidenciando que existe apertura también en este sentido.

En cuanto al tiempo de presencia de la empresa en el mercado, se muestra 82.4% (08 Mypes) con una antigüedad de 04 a 06 años, en cuanto a la cantidad de colaboradores que tiene la empresa el 58.8% (08 Mypes) tiene de 05 a 08 más trabajadores. Referente al compromiso de la gerencia con la calidad se muestra con un 70.6% existe interés en poner en marcha la práctica

de mejora continua en sus servicios brindados, a pesar que existe desconocimiento de monitoreo de la gestión de calidad en la atención al cliente. El 82% de las Mypes se encuentran involucradas en las necesidades y preferencias de sus clientes, proyectándose a futuro en alcanzar mayores niveles de productividad., el 70.6% muestra que la gerencia de las Mypes en este sector propicia y lidera un plan de atención al cliente y está al nivel de sus fuertes competidores, en lo referente a la inversión en tecnología se detalla el 41.2%, generando grandes beneficios a sus clientes en la atención, por ejemplo: agilizar pagos, pedidos y reducción en tiempos de espera, el 35.3% de las Mypes de este rubro no ejecutan la medición de niveles de satisfacción de sus clientes, mientras el 17.7% ya tienen implementado un procedimiento en el que se realizan y aceptan sugerencias y reclamos, así mismo se observa un comportamiento en el que se indica que el 70.6% de los restaurantes en lo que confiere a capacitación del personal ya está implementado buscando mejorar la atención al cliente (contacto directo). Por último, se llegó a concluir que las Mypes en este sector requieren de estrategias del servicio al cliente como un medio eficaz para distinguirse de la competencia y poder garantizar la supervivencia en el mercado.

2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

En este punto se abordarán todos los conceptos y proposiciones que tienden a explicar el problema planteado.

2.2.1. DEFINICIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA:

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituída 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 importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, pudiendo ser conducida directamente por su

propietario persona individual. Podrá, sin embargo, adoptar voluntariamente la forma de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias previstas por la ley. Las características que debe reunir una MYPE son las siguientes:

CARACTERISTICAS	NUMERO DE TRABAJADORES	NIVELES DE VENTAS ANUALES
MICROEMPRESA	De 1 hasta 10	El monto máximo de 150 UIT
PEQUEÑA EMPRESA	De 1 hasta 100	El monto máximo 1700 UIT

2.2.2 IMPORTANCIA

Las MYPE son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas la importancia de las MYPE como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso.
- 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.
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

2.2.3 FORMALIZACION Y CONSTITUCION

El Estado promueve la formalización de las MYPE mediante la simplificación de los diferentes procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior, se debe pues favorecer el acceso, en condiciones de igualdad de género de los hombres y mujeres que dirigen una MYPE, descartando pues toda tramitación tediosa.

Es preciso aclarar que la microempresa no necesita constituirse como persona Jurídica, pudiendo ser dirigida directamente por su propietario persona individual. Podrá, seguir voluntariamente la manera de Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, o cualquiera de las formas societarias dispuestas por la ley. En el caso de que las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin requerir la presentación de la minuta.

2.2.4. Ventajas y desventajas de ser persona natural:

Ventajas

- Su creación y su liquidación son sencillas.
- El control y administración del negocio dependen única y exclusivamente de la persona natural.
- Las normas regulatorias a las que se encuentra sujetas son mínimas.

Desventajas

- La responsabilidad es ilimitada, lo que quiere decir que si existen obligaciones pendientes, responde la persona natural con todo su patrimonio.

- El capital de la empresa se encuentra limitado a las disponibilidades de la persona natural. Consecuentemente, el desarrollo y las probabilidades de alcanzar créditos resultan restringidos.
- Cualquier limitación de la persona natural afecta directamente al negocio, y puede incluso interrumpir sus operaciones.

2.2.5. Ventajas de ser una persona jurídica:

- Su compromiso ante terceros se encuentra restringida a la sociedad, es decir, a la empresa.
- Pueden intervenir en concursos públicos y adjudicaciones como proveedores de bienes y servicios.
- Pueden realizar negocios con otras personas jurídicas del país y del extranjero.
- Tienen mayor viabilidad para obtener créditos y pueden engrandecer su negocio aumentando su capital, abriendo locales comerciales o realizando exportaciones.

2.2.6. Teoría de las Mypes

La Ley N° 28015 Ley de Promoción y formalización de la Micro y Pequeña Empresa en su artículo 2 la define como “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 meta, desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención de la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas.

2.2.7. Gestión de calidad

Gutiérrez (2005), la gestión del sistema de calidad tiene que demostrar que la organización es capaz de suministrar un producto o servicio que de manera consistente cumpla con los requisitos de los clientes y las

reglamentaciones correspondientes, lograr una satisfacción del cliente mediante la aplicación efectiva del sistema, incluyendo la prevención de no-conformidades y el proceso de mejora continua.

James (1997), afirma que la gestión de la calidad es una filosofía de dirección generada por una orientación práctica, que concibe un proceso que visiblemente ilustra su compromiso de crecimiento y de supervivencia organizativa, es decir, acción enfocada hacia la mejora de la calidad en el trabajo y a la organización como un todo.

2.2.7.1. Funciones de la Gestión Empresarial

La empresa utiliza mayormente el poder de nuevos horizontes direccionales y mantenimiento de todas las tareas laborales de manera más eficiente, así como lo menciona Schumpeter (2013), siendo estas funciones las siguientes:

- ✓ Planeación:
- ✓ Desarrollo organizacional.
- ✓ Liderazgo.
- ✓ Calidad total

Estas definiciones permiten que los empresarios en estudio puedan aplicar la gestión de calidad en todas las áreas que necesitan mejorar, para que de esa manera poder seguir creciendo en el mercado.

2.2.7.2. Técnicas de la Gestión de Calidad

Según Gutiérrez (2015), señala que, para llevar a cabo una gestión de la Calidad en las mejores circunstancias posibles, es indispensable sostenerse con el soporte de algunas técnicas que asistan a su crecimiento. muchas de estas técnicas se usan para localizar inconvenientes con la intervención de colaboradores, mientras que otras parten de mediciones o datos alcanzados del proceso a verificar y, a partir del estudio de estos datos, se consiguen los resultados buscados. Muchas

veces, estos resultados nos sirven para controlar el proceso. Si los resultados están dentro de los términos que se hayan establecido para cada proceso, diremos que dicho proceso está verificado. Técnicas para la mejora y resolución de problemas: En un ambiente de calidad, la identificación y resolución de problemas debe ser la práctica habitual en el trabajo cotidiano. Encontrar un problema; Identificar las posibles causas del problema; Seleccionar las causas que parecen más importantes; Fijar la solución al problema; Implantar la solución; Comprobar los resultados obtenidos; Aplicar cambios. Gutiérrez (2015).

Técnicas de trabajo en grupo: Tormenta de ideas (brainstorming) Técnica básica de trabajo en grupo que se emplea con el fin de originar multitud de ideas en un corto periodo de tiempo. Con esta técnica se aprovecha la capacidad creativa y de innovación de los participantes. Gutiérrez (2015) Técnicas estadísticas: Que nos ayuden a comprender mejor los datos, de tal forma que las decisiones que se tomen estén fundamentadas y no se basen únicamente en la intuición o en corazonadas. Gutiérrez (2015).

2.2.7.3 Elementos de un Sistema de Gestión de Calidad.

Conocer los elementos que debe implementar toda organización al momento de desarrollar sus actividades de manera precisa, con el fin de lograr todos sus objetivos planificados que quieren llegar a cumplir, así como menciona Jiménez y Castro (2010). Son los que se detallan:

1. Diseño: Define la división organizacional de una empresa, estableciendo la división de trabajo y las tareas a realizar.
2. Planificación (Estrategia): Herramienta fundamental para la aplicación ordenada, secuencial del logro de objetivos y metas.
3. Recursos: Visto desde los materiales, recursos humanos, insumos, materias primas.
4. Procesos: La gran mayoría se centran en la utilización de la técnica esbelta, donde maximizan el tiempo, los recursos, y la producción promedial
5. Procedimientos: secuencialmente se aplica la metodología de la cadena de valor en la aplicación de los mecanismos para

producir un bien y otorgar un servicio de manera conjunta. Conocer estos elementos de manera más detallada es importante porque les ayudará que las organizaciones puedan gestionar de forma más planificada sus actividades y servicios, así mismo desarrollar nuevas herramientas y metodologías asociado a la calidad.

2.2.7.4 Norma ISO 9001 - Gestión de la Calidad

La norma ISO sobre la gestión de calidad toma en cuenta las necesidades de las organizaciones, sobre gestión de la calidad con mayor reconocimiento en todo el mundo. Perteneciente a la familia ISO 9000 de normas de sistemas de gestión de la calidad (junto con ISO 9004), y ayuda a las organizaciones a cumplir con las expectativas y necesidades de sus clientes, entre otros beneficios. Esta norma ISO 9001 ayuda a los microempresarios a llevar una mejor gestión dentro de su empresa o negocio.

2.2.7.5 Beneficios de la Gestión de la Calidad.

Una organización al aplicar esta norma ISO 9001 es de suma importancia ya que le va ayudar a mejorar más en sus diferentes áreas y a su vez ir creciendo en el mercado de manera competitiva, así como lo menciona Arroyo (2016), que en primer lugar, tenemos que tener claro que la implantación de esta norma aportará beneficios tanto a las pequeñas como a las grandes empresas, ya que la norma permitirá a estas empresas poder disfrutar de unos excelentes Sistemas de Gestión de la Calidad que le ayudarán a lograr una reducción de costes así como un aumento de la eficiencia. Los beneficios que aporta a las organizaciones la implementación de la norma ISO 9001, son: Promueve una mayor participación de los empleados. Permite mejorar la imagen y credibilidad ante terceros. Logra maximizar la satisfacción de los clientes. Fomenta una cultura basada en la mejora continua. Otorga más evidencias a las organizaciones para la toma de

decisiones. Cabe resaltar que la norma ISO 9001 sí brinda beneficios muy puntuales para que las empresas puedan ser competitivas dentro del mercado y alcanzar los objetivos y metas trazadas.

2.2.7.6 Objetivos de la Calidad

Quiroz, (2010) citando a las normas ISO hablo de los siguientes objetivos:

- ✓ Disposición: Para controlar se generen elementos inconformes
- ✓ Detección: Tamizar permanentemente los insumos.
- ✓ Corrección y Mejora: Evaluación constante y monitoreo
- ✓ Demostración: Secuencia mediante la cual se muestra el cumplimiento.

Moreno (2011) aplico el monitoreo que le dio los resultados esperados en el logro de los productos con calidad tales como:

Aseguramiento de la calidad, usando el planeamiento adecuadamente.
Satisfacción de sus clientes; logra anticiparse al descubrimiento de las necesidades del consumidor.

Buena relación con los clientes, dueños de empatía y carisma para atender a sus clientes externos.

2.2.8. Satisfacción del Cliente

Definición

Kotler (2003), define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". Dicho de otra forma, "una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado".

2.2.8.1. Beneficios de lograr la Satisfacción del Cliente:

La perseverancia y dedicación del personal logra que los procesos o procedimientos en la producción se tenga beneficios que logran dar satisfacción al cliente tales como:

Primer Beneficio: Según Kotler y Armstrong (2006), el cliente satisfecho por lo general vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo Beneficio: El mismo autor citado anteriormente consideró que el consumidor que queda satisfecho produce en efecto multiplicador positivo muy beneficioso para la organización y en especial para los clientes al poder encontrar productos que satisfagan realmente su necesidad a bajo costo y de calidad.

Tercer Beneficio: el mismo autor citado anteriormente señala que el cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

2.2.8.2 Satisfacción del Cliente: Elementos

- a) **El Rendimiento Percibido:** Parasuraman, Berry y Zeithaml (1985) ellos hablan del primer elemento consistente en que el cliente percibe y lo recibido, es decir el consumidor tiene la calidad de evaluador de los productos que constituyeron su expectativa al ingresar al local. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:
3. Determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
 4. Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
 5. Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.

6. Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
 7. Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".
- b. **Expectativas:** Cronin y Taylor (1994) quien se centró en el segundo elemento que viene a ser la forma de su percepción de cómo puede recibir el servicio y que este le brinde satisfacción. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:
- ✓ Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
 - ✓ Experiencias de compras anteriores.
 - ✓ Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
 - ✓ Promesas que ofrecen los competidores.
- c. **Niveles:** Cronin y Taylor (1994) señalan que el tercer elemento se da luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:
- ✓ Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
 - ✓ Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
 - ✓ Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional). (Kotler (2012))

2.2.8.3. Factores fundamentales de Satisfacción.

Según, Lele y Sheth (2011) Los factores fundamentales de satisfacción se identifican por cuatro factores básicos y fundamentales para lograr la satisfacción del cliente, siendo estas: las variables relacionadas con el producto, las actividades de ventas, los servicios postventa y las vinculadas a la cultura de la empresa. Los factores relacionados con el producto incluyen aspectos tales como diseño básico del producto, familiaridad de los diseñadores con las necesidades del consumidor, motivaciones que dirigen el trabajo de los diseñadores, procesos de producción, sistemas de control de calidad. Así mismo algunos autores consideran que la satisfacción implica:

La existencia de un objetivo que el consumidor desea alcanzar.

La consecución de este objetivo, sólo puede ser juzgada tomando como referencia un estándar de comparación.

El proceso de evaluación de la satisfacción implica como mínimo la intervención de dos estímulos: un resultado y una referencia o estándar de comparación.

III. HIPÓTESIS

La presente investigación por ser de tipo descriptiva no presenta hipótesis. Según Hernández, Fernández y Baptista 2010. La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice; Además los estudios descriptivos miden de manera independiente los conceptos o variables a los que se refieren y se centran en medir con la mayor precisión posible; por lo tanto, este tipo de investigación no lleva hipótesis”.

IV. METODOLOGÍA.

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de investigación para el presente estudio fue no experimental-transversal o transaccional, puesto que se recolectaron datos en un solo momento y en un tiempo único, teniendo como finalidad describir las variables de la tesis, conjuntamente el nivel de investigación fue cuantitativo porque se realizó la recolección de datos fundamentada en la medición de las variables y conceptos, las cuales fueron representadas mediante números que se analizaron a través de métodos estadísticos y, el tipo de investigación fue descriptivo porque se relataron las características respecto a la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019.

4.2. Población y muestra

Según Arias (2006) plantea que población: “es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

En esta investigación se consideró a 06 MYPEs del sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, utilizando la técnica de observación.

Pero para el caso de los clientes, se tiene una población infinita, dado que no se pueden contabilizar todos sus elementos pues existen en número ilimitado. Pero se encuestó a 18 clientes del distrito de Lambayeque.

CUADRO 1: Relación de MYPEs bajo estudio

Nº	MYPE	Rubro
1	Brasas “Chiken”	Restaurante – Pollería
2	Pollos y Parrillas “Huayas”	Restaurante – Pollería
3	“Pollería “El Perol”	Restaurante – Pollería
4	Restaurante y Pollería “Gloria”	Restaurante - Pollería
5	La Concha Acústica	Restaurante - Pollería
6	Mi Warique	Restaurant – Pollería

Cuadro: Elaboración propia

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

CUADRO 2: Matriz de Operacionalización de las variables.

Matriz de Operacionalización						
Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición Operacional	Fuente	Escala
Gestión de Calidad	Es el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema	Técnicas	Mejora y solución de problemas/ Trabajo en grupo/ Estadísticas.	La dimensión "Técnicas" se medirá con sus indicadores "Mejora y solución de problemas, Trabajo en grupo, Estadísticas.", con la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario.	Propietarios	Nominal Ordinal

	<p>productivo, así como su capacidad de satisfacción para cumplir con las estrategias administrativas, que deberán ajustarse a las expresadas por los consumidores o clientes de la empresa. (Reyes 2010).</p>	Beneficio	<p>Participación Imagen y Credibilidad/ Satisfacción/ Mejora Continua/ Toma de decisiones.</p>	<p>La dimensión "Beneficio" se medirá con sus indicadores "Participación/Imagen y Credibilidad/Satisfacción/Mejora Continua/Toma de decisiones", con la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario.</p>	Propietarios	<p>Nominal Ordinal</p>
Satisfacción del cliente	<p>El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña, para satisfacer mejor que sus</p>	Elementos	<p>Rendimiento Percibido/ Expectativas / Niveles de Satisfacción.</p>	<p>La dimensión "Elementos" se medirá con sus indicadores "Rendimiento Percibido/Expectativas/Niveles de Satisfacción", con la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario.</p>	Clientes	<p>Nominal Ordinal</p>

competidores las necesidades y expectativas de sus clientes. (GOMEZ 2006).	Beneficios	Compra Repetitiva/ Boca a Boca/ Posicionamiento. o.	La dimensión "Beneficios" se medirá con sus indicadores "Compra Repetitiva/ Boca a Boca/ Posicionamiento", con la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario.	Cientes	Nominal Ordinal
--	------------	--	--	---------	--------------------

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas están referidas a la manera como se van a obtener los datos y los instrumentos son los medios materiales, a través de los cuales se hace posible la obtención y archivo de la información requerida para la investigación (Sabino, 2010).

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario prediseñado y aplicado a los representantes y clientes de las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicios rubro Pollerías del distrito de Lambayeque, con el fin de conocer las opiniones, características o hechos específicos. Los datos se obtuvieron a partir de un conjunto de preguntas dirigidas a la determinada muestra.

4.5. Plan de Análisis

El plan de análisis detalla en resumen y de manera descriptiva información acerca de las variables de estudio, indicando los modelos y técnicas utilizadas.

Una vez recopilados los datos de esta investigación, se procederá a trasladar la

información a un programa llamado Excel donde se procesará los datos dando como resultado tablas y figuras para su interpretación correspondiente, mostrando los porcentajes que se obtuvieron en la aplicación de los ítems, mostrando información concisa para dar solución y respuesta a la problemática.

4.6. Matriz de Consistencia

Matriz de Consistencia							
Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimenciones	Indicadores	Metodología
Gestión de Calidad y Satisfacción del Cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y, en las MYPEs, sector	¿Cuáles son las características que presenta la Gestión de Calidad y la Satisfacción del Cliente en las MYPEs, sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019.	(a) Determinar las características de Gestión de Calidad y satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las MYPEs, sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019.	Este es un estudio descriptivo, pues se recolectarán datos sobre diferentes aspectos de las MYPEs a estudiar y se realizará un análisis de los mismos. Según Hernández, Fernández y Baptista 2003, p.119. La investigación descriptiva busca especificar	Gestión de Calidad	Técnicas	Mejora y solución de problemas/ Trabajo en grupo/ Estadísticas.	Diseño de la Investigación: NO EXPERIMENTAL Tipo de la Investigación: CUANTITATIVA Nivel de Investigación: DESCRIPTIVA POBLACION / MUESTRA
					Beneficios	Participación/Imagen y Credibilidad/ Satisfacción/ Mejora Continua/Toma de decisiones.	

servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019.	Lambayeque, 2019?	(c) Describir las características de las MYPEs, sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019	propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice; Además los estudios descriptivos miden de	Satisfacción del Cliente	Elementos	Rendimiento Percivido/ Espectativas/ Niveles de Satisfacción.	Variable Gestión de Calidad: Población finita. Variables Satisfacción del Cliente: Población Infinita
		(d) Describir las características de la Gestión de calidad y Satisfacción del en las MYPE, sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019	manera independiente los conceptos o variables a los que se refieren y se centran en medir con la mayor precisión posible; por lo tanto este tipo de investigación no lleva hipótesis”.		Beneficios	Compra Repetitiva/ Boca a Boca/ Posicionamiento.	
		(e) Elaborar una propuesta de mejora de la Gestión de Calidad y Satisfacción al cliente en las MYPEs, sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019.					

CUADRO 3: Matriz de Consistencia

4.7. Principios Éticos

Los principios éticos son normas y reglas que se tienen que seguir y tener presente al momento de realizar proyectos de investigación, para ello se tomaron en cuenta algunos de los principios más comunes y usado que derivan del código de ética de la Universidad:

Principio de confidencialidad: Hace referencia en que la información que fue obtenida de los empresarios a través de la encuesta no será divulgada ni promocionada, sin la debida aprobación del propietario.

Protección a las personas: Los datos personales de los empresarios no serán publicados ni otorgados a terceros.

Consentimiento: Solo se trabajó con los empresarios o representantes de las MYPE del sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque que aceptaron voluntariamente participar en el presente trabajo de investigación.

Honestidad.- Se respetó la intimidad de los empresarios o representantes de las MYPE del sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque los fines de la investigación, cuyos resultados se encuentran plasmados en el presente estudio.

V. RESULTADOS

5.1. RESULTADOS

Tabla 1: Características de los gerentes y/o representantes de las micros y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.

Perfil de los gerentes y/o representantes de las Mypes	n°	%
Edad (año)		
18-30	1	17.0
31-50	4	50.0
51 a más años	2	33.0

Total	6	100.0
Género		
Masculino	4	67.0
Femenino	2	33.0
Total	6	100.0
Grado de instrucción		
Primaria	0	0.0
Secundaria	2	40.0
Superior técnica		
Superior no universitaria	4	60.0
Superior universitaria	0	0.0
Total	6	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.

Tabla 2: Características de las Micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.

Características de las Mypes	n°	%
Situación del establecimiento		
Propio	2	33.0
Alquilado	4	67.0
Total	6	100.0
Tiempo de funcionamiento		
1 a 5 años	3	50.0
6 a 10 años	2	33.0
11 a 15 años	1	17.0
Total	6	100.0
El negocio se encuentra formalizado		
Si	6	100.0
No	0	0.0

Total	6	100.0
Cuántas personas trabajan		
1 – 4	1	17.0
5 – 10	5	83.0
11 – 20	0	0.0
Total	6	100.0
Estas son		
Familiares	2	33.0
Terceros	4	67.0
Total	6	100.0
Grado de instrucción de su persona		
La mayoría tiene secundaria completa		
	4	71.0
La mayoría tiene superior técnica incompleta		
	2	29.0
Total	6	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.

Tabla 3: Características de la Gestión de calidad Micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD	n°	%
Tiene en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus trabajadores?		
Si	6	100.0
No	0	0.0
Total	6	100.0

Existe el control durante cada una de las etapas de elaboración de producto

Si	2	33.0
No	4	67.0
Total	6	100.0

Elabora planes concretos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente

Si	1	17.0
No	5	83.0
Total	6	100.0

Realiza seguimiento a la satisfacción del cliente

Si	1	17.0
No	5	83.0
Total	6	100.0

Se tiene un control de deficiencias (quejas y reclamos) y acción de mejora

Si	2	33.0
No	4	67.0
Total	6	100.0

Satisfacción del Cliente**Cómo califica la calidad del servicio que se le brinda**

Muy Buena	6	33.0
Buena	9	50.0
Regular	3	17.0
Total	18	100.0

Con qué frecuencia visita la pollería

Mensualmente	3	17.0
Quincenalmente	7	39.0
Semanalmente	8	44.0
A diario	0	0.0

Total	18	100.0
¿Considera que la pollería cuenta con la infraestructura y los equipos adecuados para realizar sus actividades?		
Si	16	80.0
No	2	20.0
Total	18	100.0
El punto de cocción y sabor de los productos era el conveniente?		
Si	14	78.00
No	4	22.0
Total	18	100.0
Le ofrecen combos, promociones por ser cliente de la pollería		
Si	3	17.0
No	15	83.0
Total	18	100.0
¿Cree usted que la pollería se preocupa por comprar alimentos de calidad para satisfacer sus necesidades?		
Si	10	56.0
No	8	44.0
Total	18	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

- a) **Respecto al objetivo 01:** Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del Distrito de Lambayeque, 2019.

Tabla 01

Edad de los gerentes y/o representantes

El 50% de los gerentes y/o representantes de las Mypes en estudio tienen una edad que oscila entre 31-50 años, estos resultados coinciden ligeramente con la investigación realizada por Mendoza G (2015) el cual determina de los 14 propietarios y/o administradores encuestados en su mayoría la edad de éstos está comprendida en el rango de 36-55 años, así mismo coinciden parcialmente con los resultados del estudio de Vela M (2018) en el cual se aprecia que la mayoría relativa el 47.1% tienen una edad de 29 a 39 años, del mismo modo se detalla la coincidencia de los resultados encontrados por Sernaque J (2017), Antúnez (2017) y Villacorta E (2019) quienes manifiestan que el 51.9%, 72.7% y el 55.0% respectivamente muestran que la edad de sus representantes están en las edades de 31 a 50 años. Se concluye que la mayoría de los representantes de las Mypes en este rubro están dirigidas por personas que cuentan con experiencia adecuada y se encuentran entre las edades de 31 a 50 años. Finalmente, la base de un buen negocio está dada en el éxito que ha logrado obtener producto de una buena administración de los representantes legales, dueños y/o administradores y cómo ventaja de tener más años ha demostrado que al momento de dar inicio a un emprendimiento juega un papel determinante la experiencia laboral, facilitando el mantenimiento del negocio enfocados en su estilo y prácticas que persiguen.

Género del representante

El 67% de los representantes encuestados en su mayoría son del género masculino, estos datos contrastan con Mendoza, G. (2015) quien señala que 13 propietarios de la población encuestada el sexo que mayor prevalece en ellos es el masculino, al mismo tiempo también se puede observar la discrepancia con los resultados encontrados por Vela M (2018) que el género que prevalece en los representantes es el masculino representado por el 70.6%, a la vez se puede apreciar la coincidencia con Sernaque J (2017) donde el 51.9% son de género femenino, así mismo se observa discrepancia en las investigaciones realizadas por Antúnez (2017) y Villacorta E (2019)

se determina que el género que prevalece en los representantes es el masculino representado por el 63.6% y 64.0% respectivamente. Se concluye que la mayoría de los representantes encuestados son de género femenino.

Grado de instrucción del representante

El 60.0% tienen grado de instrucción de educación superior no universitaria, este dato contrasta con los estudios realizados por Mendoza G (2015) quien en su estudio señala que la mayoría de los propietarios representado por 07 manifiestan tener el grado de escolaridad de nivel diversificado (Sistema Educativo Guatemalteco), así mismo difieren con el estudio de Vela, M. (2018) quien presenta que el 52.9% tienen un grado de instrucción técnica, del mismo modo existe discrepancia con los estudios realizados Sernaque J (2017), Antúnez (2017) y Villacorta E (2019) quienes determinan que el 51.9% ,45.5% y 55.0% respectivamente tienen el grado de instrucción con alto porcentaje en estudios superiores universitarios. Se concluye en base a los resultados obtenidos que la mayoría de los representantes de las Mypes tienen grado de instrucción de educación básica. La formación profesional y el grado de educación permite a las empresas medir el nivel de desempeño de funciones o tareas productivas en relación a los conocimientos, capacidad de respuesta por parte de los colaboradores, siendo importante la preparación académica, técnica u otra que facilite asumir con responsabilidad el trabajo, todo ello a fin de alcanzar mejores y mayores logros.

Tabla 02

Situación del establecimiento

El 67% de los representantes de las MYPEs señalan que en cuanto a la situación del lugar donde funciona su negocio es alquilado, una información importante en la investigación, porque está dentro de sus egresos.

Años de funcionamiento

El 50.0% de los representantes de las Mypes declaran en cuanto a los años de funcionamiento de las empresas en el mercado tienen de 1 a 5 años, esto

coincide ligeramente con los resultados de la investigación de Vela, M. (2018) en cuanto al tiempo de presencia en el mercado se muestra el 82.4% con la antigüedad de 4 a 6 años, de la misma forma se puede apreciar una ligera coincidencia con los resultados de Sernaque J (2017) quien hace referencia que los años de los restaurantes en la actividad representado por el 59.3% tienen un tiempo de funcionamiento de 6 años a más, y según Antúnez (2017) manifiesta que el 68.2% de las Mypes tienen de 0 a 3 años de tiempo de permanencia, dichos datos contrastan con los datos recopilados de la investigación realizada.

El negocio se encuentra formalizado

El 100% de los representantes de las MYPEs, sector servicios rubro pollerías declaran que estas están formalizadas.

Número de trabajadores

Los micro empresarios encuestados declaran que sus Mypes tienen de 5 a 10 trabajadores representado por el 83%. Dichos datos concuerdan estudios de Vela, M. (2018) en el cual manifiesta que el 58.8% de las Mypes tienen de 05 a más de 08 trabajadores en su negocio. En cuanto a los resultados obtenidos de la investigación de Antúnez (2017) estos coinciden con los datos del presente estudio en el que se detalla que las Mypes tienen el 63.6% respectivamente de 1 a 5 trabajadores en sus restaurantes. Se concluye la mayoría de los representantes de las Mypes cuentan con 5 a 10 trabajadores.

Tipo de relación con el colaborador

Los representantes de las Mypes encuestadas en un 67.0% indican que las personas que laboran en sus empresas no tienen vínculo familiar. Esto coincide con los estudios de Sernaque, J. (2017) y Villacorta, E. (2019) quienes concluyen que el 44.5% y 82% respectivamente en referencia a la relación de los trabajadores con los representantes del restaurante no tienen vínculo familiar. Se concluye que la mayoría de las personas que laboran en las Mypes, sector servicios rubro pollerías no son familiares.

Grado de Instrucción del personal

En cuanto al grado de instrucción del personal que trabaja se detalla que la mayoría tiene secundaria completa con el 71.0%, mientras que el 29% tiene superior técnica incompleta.

Tabla 03

Variable: Gestión de Calidad

Con respecto a que si tienen en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus trabajadores, ellos manifestaron que si las toman en cuenta (100%).

Con respecto a que si existe control durante cada una de las etapas de elaboración del producto, el 67.0% refirió que no, mientras que el 33.0% señaló que si controla este proceso. Según las bases teóricas Véanse Oakland (2000) la gestión de calidad es todo un sistema que abarca una serie de acciones en que la empresa involucra la dirección y control de actividades asociadas a la calidad del bien y/o servicio promoviendo la mejora continua y evitar errores-desviaciones, para el logro de objetivos y metas.

Con respecto a elabora planes concretos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente, el 83% refirió que no.

Con respecto a realiza seguimiento a la satisfacción del cliente, se observa que el 83% indica que no, y el 17% señala que si realiza el seguimiento.

Con respecto a se tiene un control de deficiencias (quejas y reclamos) y acción de mejora, el 67 % indico que no y el 33% manifestó que si tiene un control.

Variable Satisfacción del cliente

Con respecto a como califica la calidad del servicio que se le brinda, el 50% de clientes encuestados manifestaron que era buena 50%, el 33% que era muy buena, y el 17% que era regular.

Con respecto a con que frecuencia visita la pollería, se observa que el 44% de

los encuestados indican que visitan semanalmente la pollería. Resultado coincidente según Ortiz (2016), quien señala que es muy importante satisfacer las necesidades del cliente, si este se siente satisfecho por lo general vuelve a comprar. Por otro lado, resultado coincidente según Kotler y Armstrong (2006), señala que el primer beneficio de la satisfacción del cliente es que el cliente vuelve a comprar y por lo tanto su frecuencia de visita al restaurante será repetitiva, generando la posibilidad de vender nuevos productos en el futuro. Por lo que se recomienda a las MYPEs bajo estudio que deben brindar mayor información sobre los productos que ofrece, para que el cliente este informado de lo que contiene su pedido y se sienta seguro de lo que está comprando y lograr su lealtad, por ende, el cliente frecuentara más a menudo el restaurante y sus compras serán repetitivas.

Con respecto a considera que la pollería cuenta con la infraestructura y los equipos adecuados para realizar sus actividades, el 80% manifestó que sí y el 20% que no.

Con respecto al punto de cocción y sabor de los productos era el conveniente, de los clientes encuestados el 78% indicó que si y el 22% indicó que no.

Con respecto a le ofrecen combos, promociones por ser cliente de la pollería, el 83% refirió que no 83% y el 17% señaló que no.

Con respecto a cree usted que la pollería se preocupa por comprar alimentos de calidad para satisfacer sus necesidades. El 56% declaró que si y el 44% señaló que no.

VI. CONCLUSIONES

Terminada la investigación se llegó a la siguientes conclusiones:

Respecto a las principales características de los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas

La mayoría de los representantes de las Mypes, sector servicios rubro pollerías son de género masculino (67%), su grado de instrucción es superior no universitaria (60%). Sus edades oscila entre los 31 – 50 años (50%).

Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas

La mayoría relativa de las pollerías su local es alquilado (67%), en cuanto a los años de funcionamiento tienen de 1 a 5 años (50%). Todas las MYPES, sector servicios rubro pollerías se encuentran formalizadas (100%), cuentan de 5 a 10 trabajadores (83%), la mayoría de sus trabajadores son terceros (67%) y cuentan en su mayoría con secundaria completa (71%).

Respecto a las características de la Gestión de la calidad y satisfacción del cliente

Todos los representantes de las MYPES tienen en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus trabajadores (100), en su mayoría no llevan el control durante cada una de las etapas de la elaboración del producto (67%), asimismo no elaboran planes concretos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente (83%), el 67% no tiene un control de deficiencias (quejas y reclamos y acción de mejora (67%).

En cuanto a los clientes:

A cómo califica el cliente la calidad del servicio que se le brinda en las pollería el 50 % indica que es buena, la mayor frecuencia que visitan las pollerías es semanalmente (44 %). El 80 % considera que la pollería cuenta con la infraestructura y los equipos adecuados para realizar sus actividades. Muchos piensan que en cuanto a la cocción y sabor de los productos es el conveniente. También señalan que a las pollerías donde consumen no les ofrecen combos, promociones (83%) y el 56 % manifiesta que la pollería se preocupa por comprar alimentos de calidad para satisfacer sus necesidades.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES

- Realizar constantemente monitoreos de la calidad en los servicios brindados, a fin de que los representantes, dueños y/ administradores de las empresas estén pendientes de brindar una buena atención al cliente y de esta manera obtener

mayores resultados en la satisfacción de clientes, posicionamiento de la empresa, fidelización de clientes, incremento en las ventas, y por ende rentabilidad.

- Capacitaciones periódicas en satisfacción al cliente, cuyo objetivo sea ampliar conocimientos de nuevas técnicas para su aplicación y el desarrollo de mejoras prácticas en el servicio de atención al cliente y su impacto en la satisfacción de necesidades.

PROPUESTA DE MEJORA

N°	Acción de mejora	Responsables-Recursos humanos
1	Capacitación y/o talleres constantes a fin de generar mayor conocimientos sobre el uso de técnicas de gestión de calidad y poder implementarlas en la administración del negocio.	Contratación de asesorías externas especializadas, bajo la responsabilidad del representante de las Mypes
2	Capacitar e informar al personal sobre gestión de calidad y satisfacción al cliente.	Representantes de las Mypes, sector servicios rubro restaurantes
3	Conocimiento a través de cursos, talleres, charlas y/o capacitación sobre otras técnicas para medir el rendimiento del personal.	Representantes de las Mypes, sector servicios rubro restaurantes
4	Crear un plan para mejorar la satisfacción al cliente.	Representantes de las Mypes, sector servicios rubro restaurantes
5	Establecer parámetros de medición de calidad a través de encuestas a los clientes.	Representantes de las Mypes, sector servicios rubro restaurantes

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- García, M., & Wully, N. (2011). Servicios de Atención al cliente en la ciudad de Huaraz. Tesis para optar por el Título de Licenciado en Administración. Huaraz: UNASAM.
- Díaz, (2017). Propuesta de diseño de un modelo de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2016 para mejorar los procesos de gestión docente en una universidad privada de la ciudad de Trujillo. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo.<http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/7541/Tesis%20Maestr%C3%ADa%20Romy%20Ang%C3%A9lica%20D%C3%A1z%20Fern%C3%A1ndez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Fernández y Ramírez, (2017). Propuesta en un plan de mejorar, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa Distribuciones A&B. Universidad Señor de Sipan, Pimentel. <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4068/TESIS%20FIN%20AL%202002-08-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Acosta, (2017). Gestión de Calidad en la capacitación en ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro zapatería, centro de la ciudad de Chimbote. Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Chimbote. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3721/MICRO_Y PEQUENAS EMPRESAS GESTION DE CALIDAD ACOSTA TEJADA MARIA NELLA ROSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3721/MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_GESTION_DE_CALIDAD_ACOSTA_TEJADA_MARIA_NELLA_ROSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Sánchez, (2017). Caracterización de la capacitación y gestión de calidad de las MYPE del sector transporte de pasajeros- rubro autos colectivos de la Provincia de Sullana. Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Sullana. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1681/CAPACITACION_GESTION_DE_CALIDAD_SANCHEZ_AGURTO_INGRID_YAJAIRA.pdf?sequence=1.
- Carreño, (2017). Caracterización de la Gestión de Calidad y financiamiento de la MYPE rubro transporte de carga ruta Sullana- Lima-Sullana. Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Piura. [Http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2023/GESTION](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2023/GESTION)

DE_CALIDAD_FINANCIAMIENTO_CARRENO_NIMA_WENDY_ISABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

- Bances, (2018). Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE de servicios rubro hoteles de Sechura. Universidad Católica los Ángeles Chimbote. Piura. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3928/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_BANCES_TUME_EIRA_JAHAYRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Pérez, (2015). Análisis del clima organizacional y la satisfacción laboral, así como la relación de ambas variables con la satisfacción del cliente de caja de ahorros y crédito agencia Cayma Arequipa. Universidad Católica de Santa María. Arequipa. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/2029/53.0811.AE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

ANEXOS

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad y satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019. Para obtener el título de Licenciada en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

La información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos e investigación, por lo que se agradece su información colaboración.

I) DATOS GENERALES DEL NEGOCIO

- 1.- Razón social:.....
- 2.- Giro del negocio:.....
- 3.- Dirección:.....
- 4.- Situación del establecimiento:
 - (1) Propio
 - (2) Alquilado
 - (3) Compartido..... ¿Con qué otro negocio?.....
- 5.- ¿Cuánto tiempo viene funcionando el negocio?
 - (1) Menos de 1 año
 - (2) De 1 a 5 años
 - (3) De 6 a 10 años
 - (4) De 11 a 15 años
 - (5) Más de 16 años

II) DATOS DEL EMPRESARIO

1. Edad: Sexo: M () F ()
2. Grado de instrucción del propietario:

Sin estudios	()	Secundaria completa	()
Primaria incompleta	()	Superior técnica incompleta	()
Primaria completa	()	Superior técnica completa	()
Secundaria incompleta	()	Otros.....	()
3. ¿Qué otra fuente de ingreso tiene?

Ingreso por trabajo dependiente	()
Ingreso por rentas de alquiler	()
Ingreso por pensión de jubilación	()
Negocio de otro giro	()
Otros	()

III) FORMALIZACIÓN

1. ¿El negocio se encuentra formalizado
Si () No ()

IV) GESTIÓN DE CALIDAD

A) Gestión de Recursos Humanos

1. ¿Cuántas personas trabajan en el negocio?
De 1 a 4 ()
De 5 a 10 ()
De 11 a 20 ()
2. ¿Estas personas son? (múltiple)
Propietario ()
Familiares ()
Terceros ()
3. El grado de instrucción de su personal es:
Ninguno tiene estudios ()
La mayoría tiene primaria completa ()
La mayoría tiene secundaria completa ()
La mayoría tiene superior técnica completa ()
4. ¿Tiene en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus trabajadores en la toma de decisiones para la mejora de su Pollería?
SI ____ **NO** ____
5. ¿Existe el control durante cada una de las etapas de elaboración del producto?
SI ____ **NO** ____ **A veces** _____
6. ¿Elabora planes concretos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente?
SI ____ **NO** ____
7. ¿Realiza seguimiento a la satisfacción del cliente?
SI ____ **NO** ____
8. ¿Se tienen un control de deficiencia (quejas, reclamos) y acciones de mejora?
SI ____ **NO** ____
9. ¿Se tiene un control de productos o servicios no conformes?
SI ____ **NO** ____
10. ¿Se toman en cuenta las acciones preventivas y correctivas en su empresa?
SI ____ **NO** ____

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad y satisfacción del cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del rubro pollerías del distrito de Lambayeque, 2019. Para obtener el título de Licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

La información que usted proporcionará será utilizada solo con fines académicos e investigación, por lo que se agradece su información colaboración.

ENCUESTA: Satisfacción del Clientes (Clientes).

1. ¿Cómo califica usted la calidad del servicio que se le brinda en esta pollería?

Muy Buena ____ **Buena** ____ **Regular** ____ **Mala** ____

2. ¿Qué tan satisfecho se siente al salir de la pollería?

Muy Satisfecho ____ **Satisfecho** ____ **Insatisfecho**

3. ¿Cree usted que la pollería se preocupa por comprar alimentos de calidad para satisfacer sus necesidades?

SI ____ **NO** ____

4. ¿Considera que la pollería cuenta con la infraestructura y los equipos adecuados para realizar sus actividades?

SI ____ **NO** ____

5. ¿Cómo califica la calidad de los productos y/o servicio que ofrecen en la pollería?

Muy Bueno ____ **Bueno** ____ **Malo** ____

6. ¿El personal de atención al cliente le muestra interés y han estado atentos ante

sus solicitudes?

SI _____ **NO** _____

7. ¿El punto de cocción y sabor de los productos era el conveniente?

SI _____ **NO** _____

8. ¿Con que frecuencia visita la pollería?

Mensualmente _____ **Quincenalmente** _____ **Semanalmente** _____ **A diario** _____

9. ¿Le ofrecen combos, promociones por ser cliente de la pollería

SI _____ **NO** _____

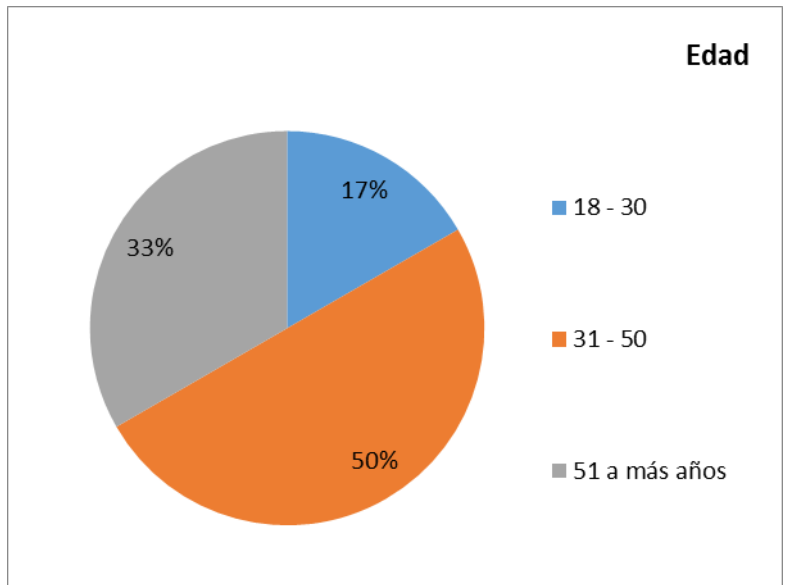


GRAFICO 1

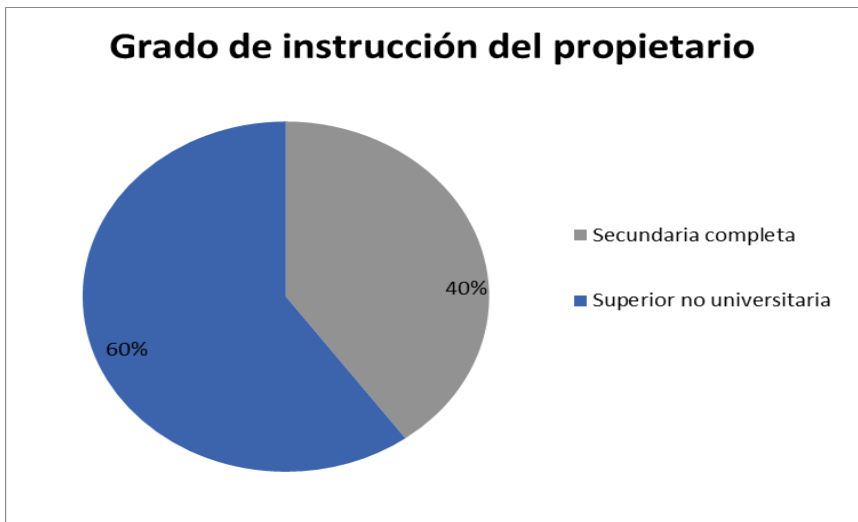


GRAFICO 2

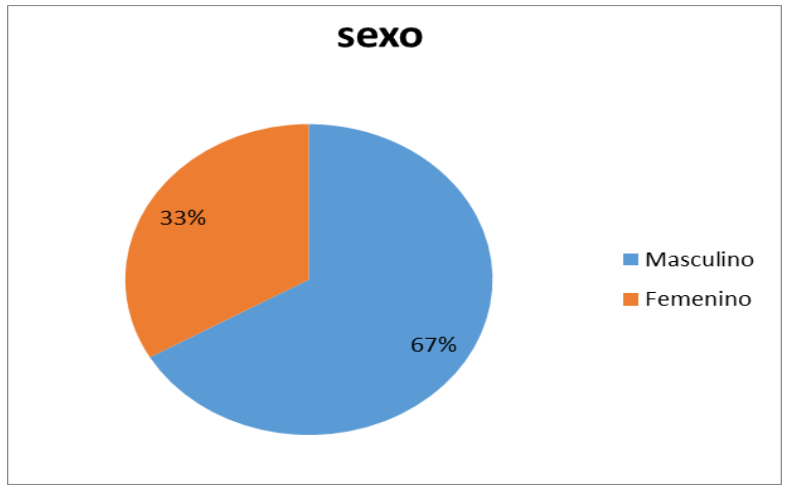


GRAFICO 3

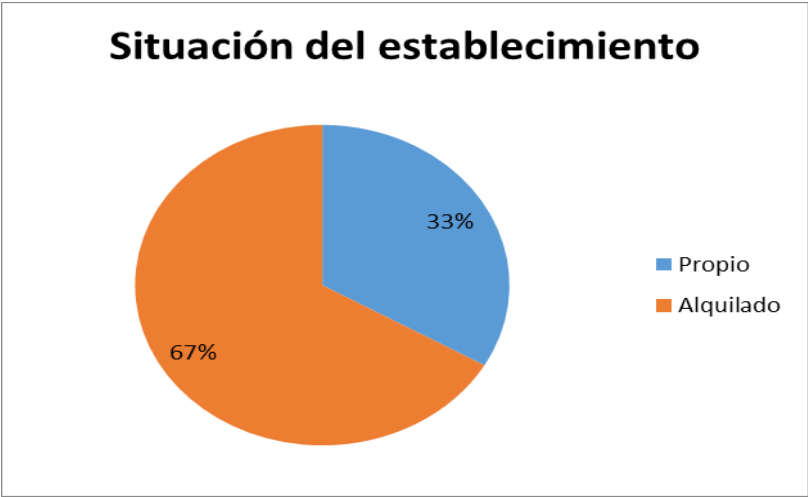


GRAFICO 4

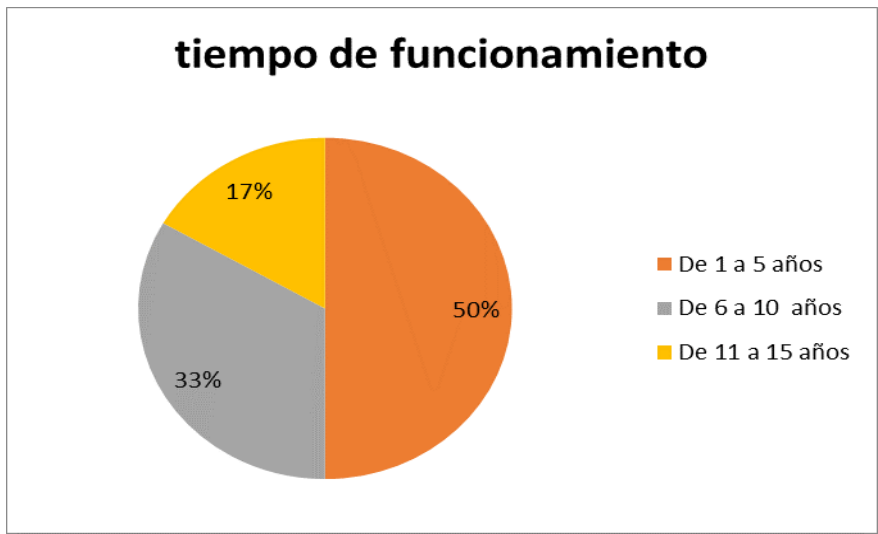


GRAFICO 5

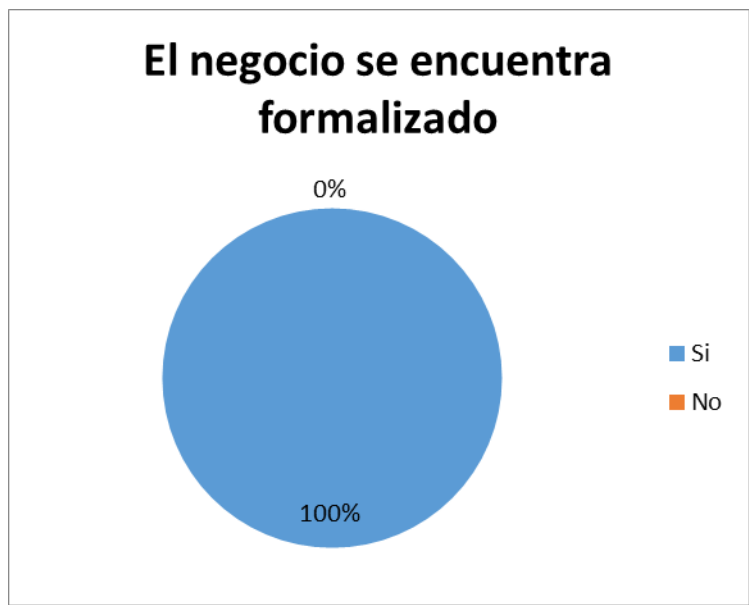


GRAFICO 6

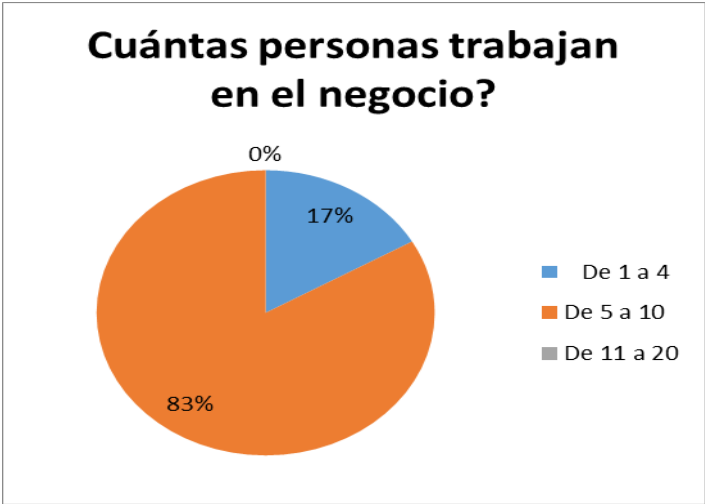


GRAFICO 7

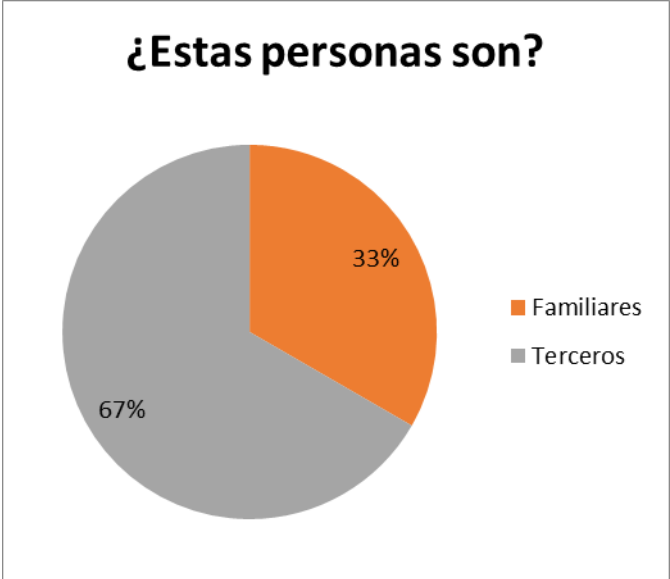


GRAFICO 8

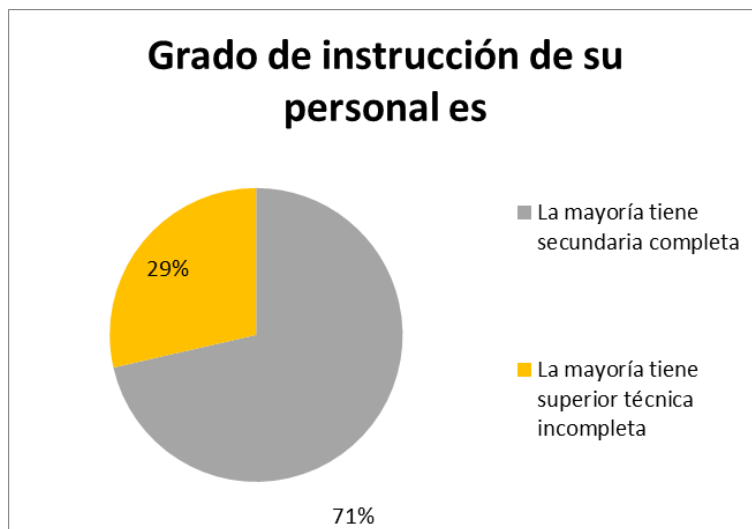


GRAFICO 9

Tiene en cuenta las opiniones y/o sugerencias de sus trabajadores?

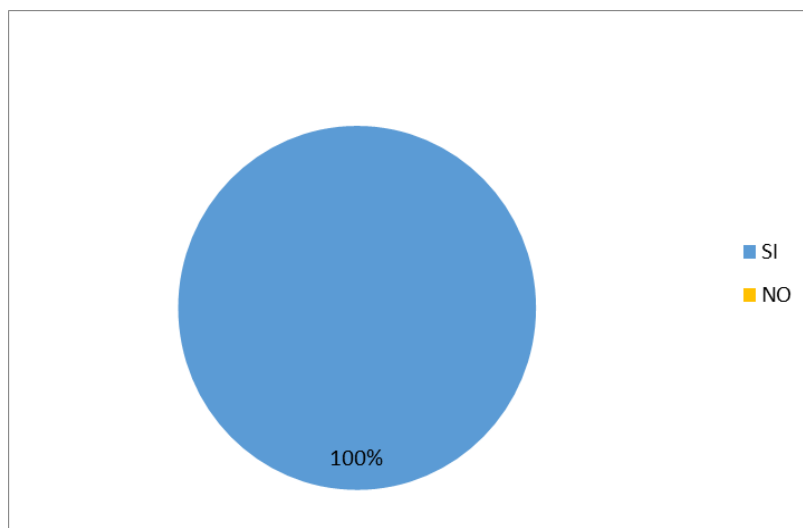


GRAFICO 10



GRAFICO 11

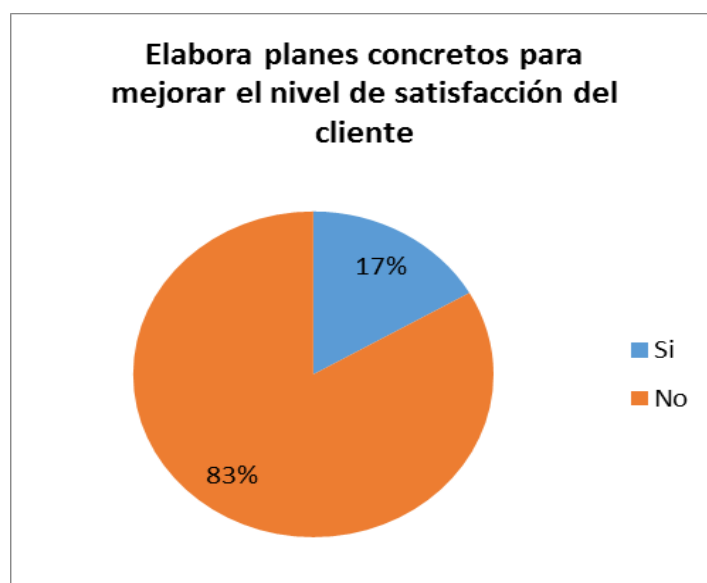


GRAFICO 12



GRAFICO 13

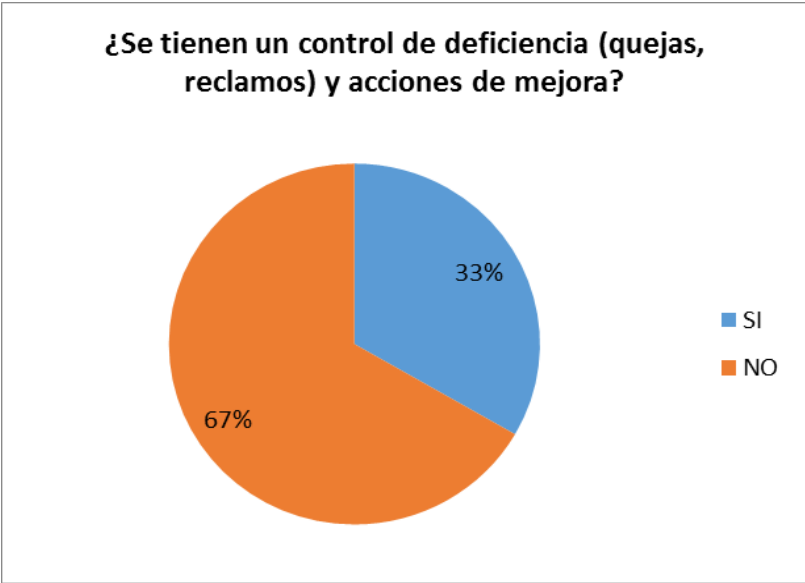


GRAFICO 14

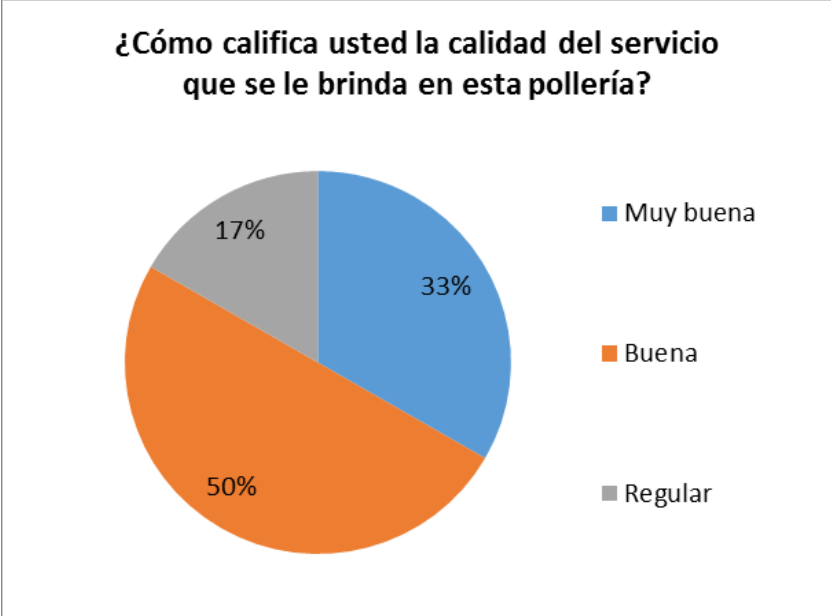


GRAFICO 15

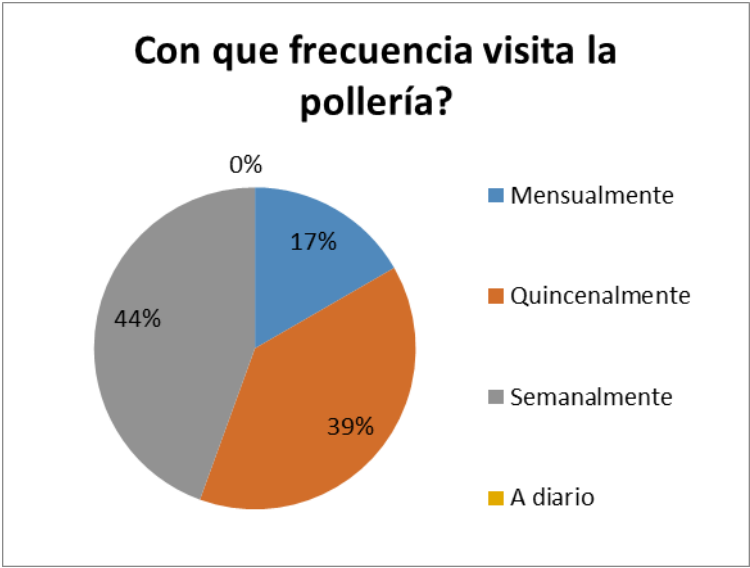


GRAFICO 16

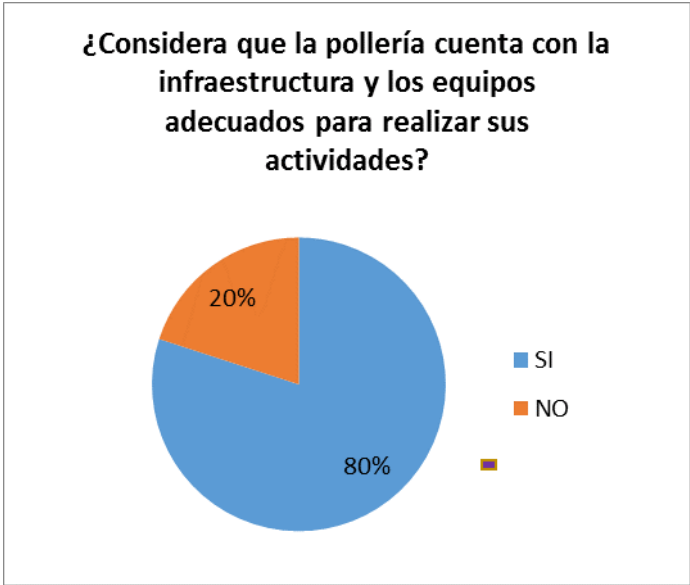


GRAFICO 17

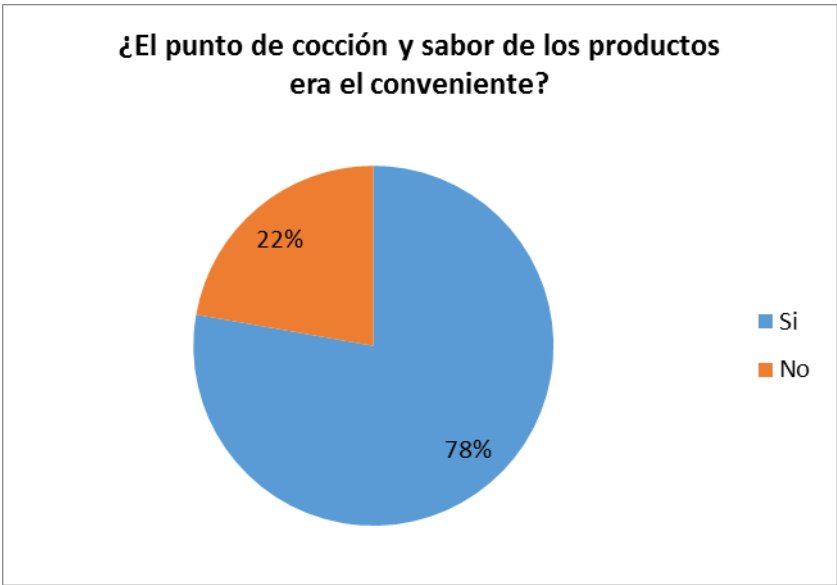


GRAFICO 18

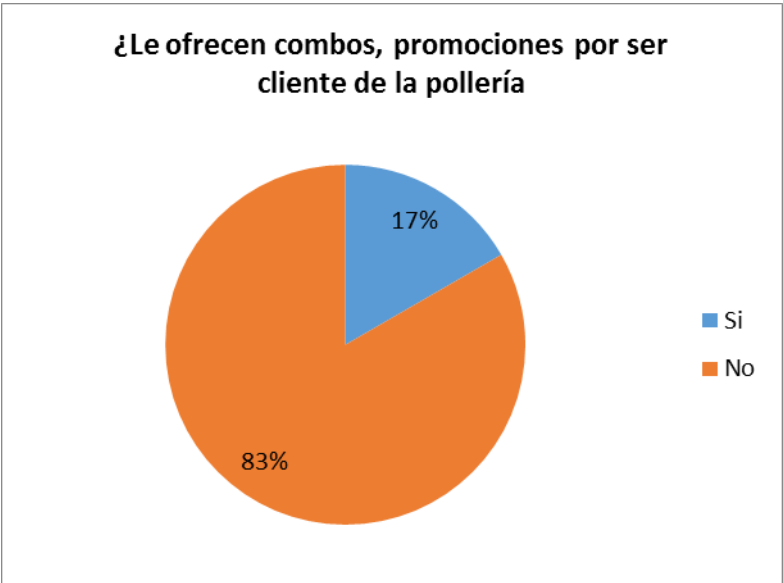


GRAFICO 19

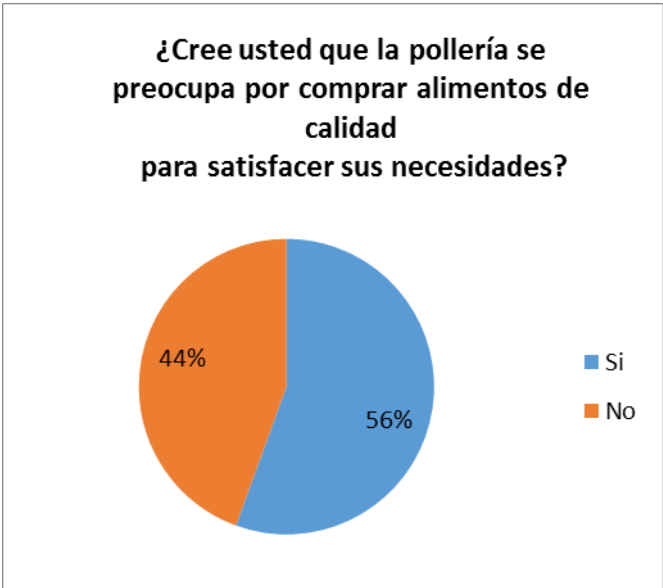


GRAFICO 20





