



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA
MYPE, RUBRO RESTAURANT LA SANTA RESTOBAR, EN
EL DISTRITO DE SAN NICOLÁS, PROVINCIA RODRÍGUEZ
DE MENDOZA, DEPARTAMENTO DE AMAZONAS EN EL
AÑO 2018.**

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

AUTORA:

**TAFUR CISNEROS, CHELY
ORCID: 0000- 0002-8392-5898**

ASESOR

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
ORCID: 0000-0001-6079-2319**

LIMA – PERÚ
2020

1. Equipo de Trabajo

AUTOR:

Tafur Cisneros, Chely

ID ORCID: 0000- 0002-8392-5898

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

ASESOR

Zenzain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Lima, Perú

JURADO

Meza De los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Espinosa Otoya, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

2. Hoja de firma de jurado y asesor

Meza De los Santos, Juan Pablo
Presidente

Morillo Campos, Yuly Yolanda
Miembro

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo
Miembro

Zenozain Cordero, Carmen Rosa

Miembro

Agradecimiento

A mi maestra, gracias por su tiempo, sus enseñanzas, apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mis ideas en el desarrollo de esta investigación.

Dedicatoria

A Dios por todas sus bendiciones, a mis Padres que han sabido darme su ejemplo de trabajo y honradez y a mi consorte, mi amado Fidel por su apoyo y paciencia en este proyecto de estudio.

3. Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo general determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la MYPE “La Santa Restobar”, rubro Restaurantes, distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas. El diseño de investigación fue no experimental – transversal – descriptivo - cuantitativo. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: 1) Con relación a las características del representante de la MYPE, éste tiene una edad de entre 31 a 50 años, es de género masculino, tiene estudios superiores y es el propietario; 2) Acerca de las características de la MYPE, el cual representa el 100%, tiene entre 3 a 5 años funcionando, cuenta con entre 6 a 10 empleados y se ha constituido para generar ganancias; 3) En cuanto a la gestión de calidad, se percibe un nivel favorable en cuanto a la planificación, control y mejora de la calidad; 4) En referencia a la atención al cliente, el 80% de los clientes encuestados indican un nivel favorable, así como el 90% consideran un nivel favorable en expectativa del cliente, el 60% consideran un nivel favorable en la calidad percibida y el 90% mencionan un nivel favorable en fidelidad del cliente. En conclusión, tenemos que las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente, son la expectativa, calidad percibida y fidelidad del cliente, que muestran un nivel favorable, por lo que la gestión de calidad desde el enfoque de atención al cliente es buena; sin embargo es necesaria la mejora continua.

Palabras Clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad y MYPE.

Abstrac

The present objective of this work is to determine the main characteristics of Quality Management in Customer Service at the MYPE "La Santa Restobar", Restaurants category, San Nicolás district, Rodríguez de Mendoza Province, Amazonas Region. The research design was non-experimental - transversal - descriptive - quantitative. The results obtained were the following: 1) Regarding the characteristics of the MYPE representative, he is between 31 to 50 years old, is male, has higher education and is the owner; 2) About the characteristics of the MYPE, which represents 100%, has been operating for 3 to 5 years, has between 6 to 10 employees and has been established to generate profits; 3) Regarding quality management, a favorable level is perceived in terms of planning, control and quality improvement; 4) In reference to customer service, 80% of the surveyed customers indicate a favorable level, as well as 90% consider a favorable level in customer expectation, 60% consider a favorable level in the perceived quality and 90 % mention a favorable level of customer loyalty. In conclusion, we have the main characteristics of quality management in customer service, are the expectation, perceived quality and customer loyalty, which show a favorable level, so that quality management from the focus of customer service it is good; however continuous improvement is necessary.

Key Words: Customer service, Quality Management and MYPE.

4. Contenido

1. Título del proyecto de investigación.....	1
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma de jurado y asesor	iii
4. Agradecimiento	iv
5. Resumen.....	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	5
2.1 Antecedentes	5
2.2 Bases teóricas de la investigación.....	14
2.3 Marco conceptual	29
III. Metodología	32
3.1 Diseño de la investigación.	32
3.2 Población y muestra.	33
3.3 Operacionalización de las variables.....	33
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
3.5 Plan de análisis.....	34
3.6 Matriz de Consistencia.....	35
3.7 Principios éticos	36
IV. Resultados.....	37
4.1 Resultados	37
4.2 Análisis de los resultados.....	56
V. Conclusiones	60
VI. Recomendaciones.....	62
Referencias bibliográficas.....	63
Anexos	67
Anexo 1. Instrumento de recolección de datos	67
Anexo 2. Cronograma de trabajo	70

Índice de tablas y figuras

	Pág.
Tabla 1. Operacionalización de las variables.	33
Tabla 2. Matriz de consistencia.	35
Tabla 3. Edad de los representantes.	37
Tabla 4. Genero de los representantes.	38
Tabla 5. Grado de instrucción de los representantes	39
Tabla 6. Cargo de los representantes	40
Tabla 7. Tiempo que desempeña el cargo	41
Tabla 8. Tiempo de la MYPE en el mercado	42
Tabla 9. Número de trabajadores	43
Tabla 10. Parentesco con los trabajadores	44
Tabla 11. Objetivo de creación de las MYPE	45
Tabla 12. Tipo de constitución de la MYPE	46
Tabla 13. Gestión de calidad en la MYPE.	47
Tabla 14. Planificación de la calidad en la MYPE	48
Tabla 15. Control de calidad de la MYPE	49
Tabla 16. Mejorar la calidad en la MYPE	50
Tabla 17. Variable Atencion al Cliente	51
Tabla 18. Dimensión Expectativas del Cliente	52
Tabla 19. Dimensión Calidad Percibida	53
Tabla 20. Dimensión Queja del Cliente	54
Tabla 20. Dimensión Fidelidad del Cliente	55

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Edad de los representantes	37
Figura 2. Genero de los representantes	38
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes.	39
Figura 4. Cargo de los representantes	40
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	41
Figura 6. Tiempo de funcionamiento de la MYPE	42
Figura 7. Número de Trabajadores	43
Figura 8. Parentesco de los trabajadores	44
Figura 9. Objetivo para crear la MYPE	45
Figura 10. Tipo de constitución de la MYPE	46
Figura 11. Variable Gestión de la calidad	47
Figura 12. Dimensión Planificación de la Calidad.	48
Figura 13. Dimensión Control de Calidad	49
Figura 14. Dimensión Mejora de la Calidad	50
Figura 15. Variable Atención al Cliente	51
Figura 16. Dimensión Expectativas del Cliente	52
Figura 17. Dimensión Calidad Percibida	53
Figura 18. Dimensión Queja del Cliente	54
Figura 19. Dimensión Fidelidad del Cliente	55

Introducción

Los estándares de calidad en los países en progreso actualmente son bastante elevados, ingresar a mercados como Europa y Estados Unidos se hace a veces imposible si es que no cuenta con los estándares de calidad adecuados. En el Perú el nivel de calidad que exige el mercado no es tan exigente como los mercados mencionados. Las empresas son el motor de toda economía son las responsables del producto bruto interno de todo país. Por lo que su lugar en la escala de importancia de un país es alto. Dentro de este grupo de empresas se encuentran aquellas que representan la mayor cantidad de ellas. Estas son las micro y pequeñas empresas, estas a nivel mundial representan aproximadamente entre el 90% y 99% aproximadamente. El Perú cuenta con 2 millones 332 mil 218 de MYPE (INEI, 2018).

Esta misma realidad se presenta en otros países como Ecuador (98%, El Universo, 2019), Colombia (87%; El tiempo, 2018), Chile, Bolivia (95%, Xinhua, 2013) y otros, donde representan el 87%, respectivamente. Por otro lado, las MYPE en Perú son responsables del 80% de los empleos en el sector de la población económicamente activa.

Considerando la cantidad de las MYPE en el Perú, se pueden identificar aquellas que se dedican al comercio, a la producción y otras al servicio, que es la que interesa en esta investigación. Dentro del rubro del servicio se encuentran los restaurantes y ahí se encuentra una gran variedad de ellos como restaurantes de 5, 4, 3 tenedores y aquellos que se dedican a la venta de menú. También se encuentran los

establecimientos que se dedican a la venta de alimentos como los de comida rápida y cualquier tipo de comida alternativa.

Caracterización del Problema

Entrando al terreno específico del restaurant de este estudio, se tiene que actualmente en distrito San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, en realidad percibe que la gestión de calidad actual es de nivel favorable. Ello implica que realiza procesos de planeación de la calidad, así también desarrollo un plan de control de la calidad y finalmente implementa mejoras de acuerdo a las tendencias del mercado y en cuanto a la atención al cliente percibe que es de nivel favorable, lo cual implica que la calidad en la atención al cliente que se realiza en el restaurante es bueno, se hace un trabajo eficiente, pero se necesita mejorar en forma continua.

Enunciado del Problema

Esta problemática se plasma en la siguiente pregunta de investigación: **¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en Atención de Calidad en la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante “La Santa Resto Bar”, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018?**

Objetivo General

Para poder concretar la solución de esta problemática se presenta el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante “La Santa

Resto Bar”, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018.

Objetivos Específicos

El objetivo general se ha desagregado en tres objetivos específicos que a continuación se mencionan:

1. Determinar las principales características de los representantes legales de la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante “La Santa Resto Bar”, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018.
2. Determinar las principales características de la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante “La Santa Resto Bar”, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018.
3. Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante “La Santa Resto Bar”, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018.

En cuanto a la justificación de esta investigación, de manera teórica se pretende probar los conocimientos presentados en las teorías de trabajo en equipo, además probar los principios de la gestión de calidad en los restaurantes de este rubro. Es así que los resultados podrán corroborar lo mencionado anteriormente.

En cuanto a la justificación práctica, el producto de la exploración servirá a las MYPES rubro restaurantes, como origen de investigación, para la comprensión de la problemática y la colocación en gestión de calidad a favor de la organización del

espacio del tratado. Igualmente servirán como origen de testimonio a los futuros investigadores.

En cuanto a la justificación metodológica, la presente investigación presenta una metodología cuantitativa, descriptiva aplicada con estudio de caso, aspecto que permite aplicar los principios de la gestión de calidad a las empresas que requieran mejoras en su servicio, sin importar el rubro en el que se encuentre.

En cuanto a los resultados se tiene que, para la variable Gestión de la Calidad, el gerente de la Mype, considera que su nivel de planificación, control y mejora de calidad son favorables y para la variable atención al Cliente, la organización de este estudio percibe que es de nivel favorable, lo que indica que la calidad en la atención al cliente que se realiza en el restaurante es bueno, se hace un trabajo eficiente; la expectativa de los clientes es de nivel favorable, asimismo la calidad que percibe el cliente respecto a una atención personalizada es adecuada y en cuanto a las quejas de los clientes estos lo consideran adecuado, debido a que los responsables del área escuchan, atienden y brindan soluciones ante alguna queja o reclamo, por lo que la fidelidad del cliente también se percibe de nivel favorable, lo que implica que la empresa aplica gestión de calidad en el servicio de atención al cliente, manteniendo fidelizados a sus clientes y satisfechos.

En conclusión, se tiene que el representante de la mype en estudio, está aplicando una gestión de calidad en el servicio de atención al cliente, lo cual contribuye a la imagen y el estatus de la empresa dentro del mercado, manteniendo fidelizados a sus clientes y satisfechos; es decir, tiene conciencia de que la buena atención al cliente le permite posicionarse en el mercado, tener clientes fieles.

II. Revisión de literatura

2.1 Antecedentes

A continuación se muestran los antecedentes de los estudios realizados teniendo en cuenta las variables de investigación y el rubro de las MYPE.

López (2018), efectúa una investigación sobre la “Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”. El objetivo de esta investigación fue establecer la relación existente el servicio y la satisfacción de los clientes en el restaurante Rachy’s. Es de carácter cuantitativa, descriptiva. Arrojando como **Resultado:** Edad promedio de los encuestados es de 42 años, en cuanto al género masculino con un 50% y un 48% género femenino, existe correlación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente por que la significancia es 0,000 y por lo tanto es menor de 0,05, El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante, El 67% de los clientes encuestados están de acuerdo que el restaurante Rachy’s cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva, el 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante son amables, El 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante Rachy’s ofrece un servicio rápido, el 79% de los clientes se encuentran no encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del restaurante, el 87% de los clientes no están ni acuerdo, ni en desacuerdo en aumentar el pago que se realiza a cambio de mejoras del servicio. **Conclusión:** se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena

comida y servicio el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

Burgos (2017), desarrollo una tesis de pregrado denominada "Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana Ntsusna 008". Tuvo como objetivo principal la elaboración de un diseño de un sistema para la gestión de calidad en el restaurante antes mencionado. Este estudio fue descriptivo – no experimental y transversal. **Resultado:** entre semana suelen acudir al establecimiento un 18% para el almuerzo mientras que los fines de semana en un 16%, por otro lado suelen regresar al establecimiento entre semana para la cena en un 10% y los fines de semana en un 58%. El 66,6% no tuvo que esperar mucho tiempo por su servicio, 51.4% NO tuvo que esperar mucho para encontrar una mesa disponible dentro del establecimiento, El 74% de la distribución está concentrado sobre las 3 primeras causas, es decir, los principales esfuerzos de resolución de inconvenientes se deben concentrar sobre los aspectos de atención/ servicio en mesa

y por parte de administrativos, calidad de la comida y tiempos de espera tanto en entrada al establecimiento como en entrega de comidas y bebidas. **Conclusión:** La realización de un diagnóstico de cada una de las normas, la primera de ellas, con una matriz aplicable a cualquier organización que refleja la información por medio de diagrama de redes dando un visión a nivel general y específica del cumplimiento de los numerales de la norma; para finalmente generar un plan de acción a realizar como primer paso para el diseño del SGC y una lista de chequeo de la norma NTS USNA 008 donde se evidenciaron los requisitos que requerían acciones de cumplimiento. De allí se encontró que la organización presentaba falencias graves en aspectos de planificación para el sistema de gestión de calidad como consecuencia del recién inicio en el desarrollo del mismo y de la falta de conocimiento tanto de directivas como de trabajadores, por otro lado en cuestiones de evaluación del desempeño de la prestación del servicio y liderazgo se evidenció poco progreso, en cuanto a que no se identificaron métodos específicos de evaluación ni los medios para obtenerla; a continuación y gracias a la realización de encuestas y entrevistas con clientes del establecimiento se estableció de manera cualitativa que esta falta de control y medición derivada en la insatisfacción de los clientes sobre procesos específicos como la gestión del servicio al ingreso y durante los momentos claves del mismo.

Delgado (2017), elaboró una investigación sobre el “Análisis de la gestión de calidad de los servicios en A&B en el Complejo Club Garza Roja del Cantón Nobol de la Provincia del Guayas”. Su objetivo fue determinar el nivel de la gestión de calidad en cuanto a los servicios en dicha empresa. Fue de tipo descriptivo, no experimental, transversal. **Resultado:** el 51% de los representantes son hombres y 49% son mujeres, el complejo encuentra que 25% de los encuestados vuelven una

vez al mes seguido con un 32% dos veces al mes mencionado el 28% tres veces y el 15% más de cinco veces. La calidad del servicio la califican en: 3% la excelencia mientras que 13% muy bueno seguido por 11% lo califica como bueno, 25% regular, el 48% coincide que es mala la calidad de servicio. 41% de personas coinciden que el personal si está capacitado. 5% de los encuestados consideran excelente al personal, 4% muy bueno, mientras que 31% regular y la gran mayoría el 40% sostuvieron que es mala. 17% de los clientes asegurando que su experiencia es excelente, otro 24% está de acuerdo en que es muy bueno, mientras que un 17% bueno, 31% regular finalizando con el 21% opinaron que su experiencia referente a la visita ha sido malo.

Conclusión: Se diseñó un plan de acción con mejora continua dirigido a corregir las deficiencias que afectan la calidad e imagen del restaurante en el Complejo Club Garza Roja en aras de contribuir a la conformidad con los servicios. En el diagnóstico realizado se descubrieron deficiencias enfocadas en la calidad del servicio, la imagen del personal, la infraestructura y falta de difusión de los productos turísticos. La metodología de investigación e instrumentos utilizados aportan validez a los resultados analizados, garantizando la fiabilidad de la propuesta. Los empleados del restaurante tienen determinado conocimientos pero les falta recibir orientación para brindar un mejor servicio a los clientes.

Antecedentes nacionales

Campos (2019), desarrolle una tesis denominada “Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año 2018”. Con este estudio se determinó las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en pequeñas y medianas empresas. La investigación fue de tipo cuantitativa, descriptiva.

Resultado: 75% de los clientes encuestados indica que es un beneficio que la empresa tiene un sistema de gestión de calidad, 65% de los clientes encuestados indica que la empresa donde consume alimentos no tiene ventaja frente a su competencia por tener un sistema de calidad, 66% de los clientes encuestados indica que alguna vez ha recomendado o sugerido a la empresa a sus amistades, 71% de los clientes encuestados indica que la empresa ha mejorado sus productos y servicios por el sistema que ha implementado, 73% de los clientes encuestados indica que la empresa no tiene responsabilidad y objetivos establecidos a favor de los clientes, 65% de los clientes encuestados indica que la empresa ha mejorado por la herramienta de trabajo que ha implementado, 81% de los clientes encuestados indica que el restaurante satisface sus necesidades y supera sus expectativas como cliente, 75% de los clientes encuestados indica que la calidad de productos y servicios brindado, Referente a la Tabla 12, se determina que el 84% de los clientes encuestados indica que el personal que le brinda el servicio es eficiente y está motivado al momento de atenderlo, 74% de los clientes encuestados indica que el personal no está capacitado para brindar un buen servicio. **Conclusión:** se identifica el mejoramiento de su imagen porque manejan un sistema de Gestión de Calidad, al mejoramiento de la posición competitiva porque siempre están mejorando sus productos y servicios por los sistemas implementados y refuerzan la confianza en la empresa y las relaciones existentes con ellos. Sin embargo, no gozan de los beneficios en su totalidad, el aumento de la fidelidad de los clientes porque las empresas no consideran la responsabilidad y el logro de sus objetivos establecidos a favor de los clientes, asimismo no consideran las ventajas competitivas que le puede ofrecer el consumo de alimentos en función de un buen sistema de Calidad.

Gaviria (2018), en su tesis sobre “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017”. Con esta investigación se buscó determinar el enfoque de la gestión de calidad en cuanto a la atención al cliente. Fue de tipo descriptiva, no experimental, transversal y correlacional. **Resultado:** el 64.0% de los propietarios tenían entre 40 y 49 años de edad, el 80.0% están formalizados, el 40.0% de los negocios competitivos de este rubro tienen entre 4 a 8 años, el 72.0% cuentan con un personal entre 5 a 8 trabajadores. Se concluyó que apenas el 52.0% cuentan con la infraestructura adecuada para prestar el servicio, el 88.0% no cuentan con un protocolo de atención al cliente, el 84.0% no atiende las sugerencias de los clientes, el 64% no se preocupara por asegurarse que le cliente quede satisfecho. **Conclusión:** Son negocios dirigidos por microempresarios en el rango de edad de 40 a 49 años, en su mayoría del sexo femenino y grado de instrucción empírico. Están formalizados. Sin embargo, en el aspecto laboral, existen mype que no cumple con mantener en planilla a sus trabajadores. Los microempresarios tienen poco interés en practicar una gestión de calidad, por tal motivo la gestión carece de aspectos técnicos. Existe una planificación del negocio de corto plazo, carecen de plan de negocio. No se aprovecha la ventaja de conformar un clúster en la zona turística de Yarinacocha con los negocios del mismo rubro. No existe preparación del personal para mejorar la experiencia de servicio al cliente, el servicio es variable. - No se evalúa su desempeño del personal. Se aprecia un interés pleno en rentabilidad sin enfoque en el cliente. No se evalúa su nivel de satisfacción.

Arroyo (2017), en su tesis: “Diseño de un modelo de gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante

Marako's Grill S.A.C. - Chiclayo 2015-2016". Diseño un modelo de gestión basado en una herramienta llamada EFQM, con el fin de mejorar la atención al cliente. fue descriptiva, no – experimental y transversal. **Resultado:** En cuanto a los resultados, los trabajadores no están conformes con que en el restaurante se lleve a cabo la revisión y mejora de la eficacia de su liderazgo, con respecto a pocas estrategias no son utilizadas con frecuencia, sobre los recursos humanos estos son satisfactorios, en lo que concierne a las políticas de colaboraciones y alianzas no se promueven acciones de mejora con otras personas u organizaciones , no hay un acuerdo sobre los procesos definidos por el servicio especialmente lo que son clave para el desarrollo y la participación de los trabajadores, Ahora bien, hay una posición neutral, con respecto a la utilización del servicio. Los empleados están en desacuerdo con la percepción de la sociedad sobre el servicio. **Conclusión:** Al término de la investigación se determinó que la gestión de la calidad en la atención al cliente del restaurante Marako's Grill S.A.C. Chiclayo, es considerada buena. Sin embargo, se pueden mejorar, la rapidez en la atención al cliente, la aceptación del servicio brindado e higiene; la seguridad y la percepción que tienen los clientes. Se propuso un Modelo de Calidad basado en el Modelo EFQM. La autoevaluación es importante, ya que permitiría detectar cuáles son los puntos fuertes y débiles de la organización y establecer los criterios de mejora. Se logró diseñar y proponer el Modelo EFQM, de acuerdo a los 9 criterios. La propuesta de un modelo de Gestión de Calidad basado en el Modelo EFQM; sí mejorará la atención al cliente.

Antecedentes locales

Morales (2019), elaboró una investigación sobre “La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro Restaurantes,

de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito De Chorrillos, Lima 2018”. Este estudio se basó en la determinación de la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las pequeñas y medianas empresas. Dicho estudio fue cuantitativo, no experimental – transversal – correlacional. **Resultado:** el 50% siempre planifican las metas y objetivos de su negocio. 62% siempre organiza sus actividades diarias, 62.5% siempre fideliza al cliente en cuanto a la implementación de las mejoras continuas, 62.50% casi siempre supervisa todos sus procesos de gestión a fin de detectar las falencias, 62.5% asegura ser competitivo para otras empresas, el 62.5% cuenta con capacidad operativa, 25.0% tienen acceso a créditos bancarios y 37.5% siempre cuenta con un respaldo económico. 37.50% a veces, evalúa a sus proveedores o socios estratégicos, 62.50% nunca capacita a sus trabajadores según sus habilidades o competencias, 62.50% casi siempre cree que la mejora continua es fundamental para fidelizar a sus clientes. **Conclusión:** En referencia a la Gestión de Calidad aplicada en el rubro de restaurantes, se pudo comprobar que existe competencia entre los emprendimientos formales e informales en la Urbanización Los Cedros de Villa – Chorrillos; lo que induce a los negocios formales a la aplicación de algunos procesos de gestión de calidad a fin de mantenerse en el mercado y crecer empresarialmente. Asimismo, los negocios informales en gran

porcentaje desconocen la gestión de calidad y de los beneficios que trae consigo. A través de esta investigación se obtuvieron resultados que indican que muchos de estos negocios planifican sus labores, se organizan y supervisan sus tareas diarias; al respecto, se puede deducir que a través de la planificación estos negocios adquieren cierto dominio del flujo de sus actividades, consolidando además sus rutinas diarias; lo que, permite corregir errores y problemas oportunamente.

Hurtado (2019), presentó una investigación en la ciudad de Lima acerca de “La Gestión De Calidad y su influencia en los beneficios De Las Mypes del sector servicio-Rubro Restaurantes del ovalo de Santa Anita, Distrito de Santa Anita, Lima 2018”. El objetivo central de esta investigación fue conocer la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPE. La metodología empleada fue descriptiva, cuantitativa, no experimental. **Resultado:** 100.0% son los dueños, el 100.0% de las MIPE están formalizadas, el 60.0% cuentan con un personal entre 4 a 6 personas, el 100.0% identifica que no hay empatía, el 93.3% expresa que el nivel seguridad es bajo. 100% perciben que el nivel de gestión de calidad en sus empresas es bajo. 66.7% de las MYPE perciben que la dimensión Tangible de la variable gestión de calidad es bajo. 100% de las MYPE percibe que la dimensión Capacidad de respuesta de la variable gestión de calidad es de nivel Bajo. **Conclusión:** La mayoría de los empresarios tienen entre 31 a 40 años de edad, son casados, mayormente son mujeres, tienen grado de instrucción técnica y la totalidad de los encuestados son dueños de la empresa La totalidad de las MYPE percibe que la gestión de calidad en sus restaurantes es de nivel Bajo, ello se debe a que todas las dimensiones que conforman la gestión de calidad también han obtenido un nivel Bajo como es el caso de la dimensión tangible, dimensión fiabilidad, dimensión seguridad, dimensión capacidad de respuesta y dimensión empatía. La mayoría de las MYPE percibe que la dimensión tangible de la variable gestión de calidad es de nivel Bajo, producto de no contar con una infraestructura adecuada enfocada en la satisfacción al cliente. La totalidad de las MYPES percibe que la dimensión fiabilidad de la variable gestión de calidad es de nivel Bajo, ello se debe a que consideran que algunos aspectos como la atención no es adecuada, el producto que

brindan los restaurantes tampoco satisface las expectativas del cliente, incluso los insumos que usan tampoco son de calidad, entre otros aspectos que hace que el servicio no sea fiable.

Barrientos (2019), en su investigación denominada “Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017”. El objetivo de este trabajo de investigación fue establecer las características en cuanto al financiamiento y la gestión de calidad en las pequeñas y medianas empresas. Fue un trabajo descriptivo, cuantitativo, no experimental, transversal. **Resultado:** 64% afirman que si hay atención, 70% afirman disfrutar de una atención rápida, 64% expresan que el personal muestra una buena presentación, 64% afirman estar planificados, el 61% son recibidos y atendidos con cortesía, 67% cumplen con las políticas establecidas, 70% no aplica control de calidad. **Conclusión:** Al respecto de la determinación de principios de la Gestión de Calidad, el nivel es positivo pero débil al promediar; verificando por indicador, la gestión del restaurante cuenta con planificación y se preocupa por identificar las necesidades de sus clientes; mantienen un liderazgo personalizado y amigable; el personal está bien presentado y muestra su educación, amabilidad y cortesía; brindan al cliente 56 la mejor atención, la aplicación de sus procesos en la atención llena las expectativas de sus clientes.

2.2 Bases teóricas de la investigación

2.2.1 Gestión de calidad

El término gestión de calidad en el mundo empresarial se ha vuelto muy conocido y de exigencia mundial. Debido a que las grandes organizaciones exigen que las

empresas proveedoras cuenten con una certificación que las acredite y que garanticen un producto o servicio de calidad. El sistema de gestión de calidad es uno de los procesos de la Norma ISO, la cual forma parte de un sistema integral de gestión de calidad. Estos sistemas se encuentran relacionados unos a otros, esta forma parte principal de la competitividad de las organizaciones porque su nivel se eleva a un nivel internacional o global.

De acuerdo a Juran: “La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer y cumplir los objetivos de calidad por toda la empresa” (Juran, 1990, p. 169). Pero esta definición es una entre tantas existentes en la literatura de la calidad.

Para la ISO 9001 (2018), “la gestión de calidad es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad” (p. 1).

En otras palabras, la gestión de calidad es un conjunto de principios que se aplican a una organización con la intención de mejorar sus procesos y la calidad de sus productos y servicios.

2.2.1.1 Características

El concepto de calidad con el pasar del tiempo ha ido variando y cada vez se ha vuelto más exigente y con mayores estándares. Ello ha ido evolucionando con las exigencias del mercado, representado por el cliente o consumidor, quien de acuerdo a las necesidades exige un tipo de producto o servicio a la medida de dichas necesidades, las cuales exige sean cumplidas y manifestadas en el producto o

servicio para su satisfacción. Obviamente que en todo ello también interviene, el precio, el tiempo, las condiciones y otros aspectos.

De acuerdo al estudio realizado por Irurita (2012), la calidad posee tres características principales: calidad de diseño, calidad de fabricación y calidad de vida del trabajador. Todos enfocados a una gestión eficiente de la calidad, por consiguiente la suma de estas tres características ofrecen como efecto la calidad total.

Calidad de diseño. “Es la adecuación del producto o servicio a las necesidades y requerimientos del cliente” (Irurita, 2012, p. 27). Para obtener un buen diseño del producto de acuerdo a lo manifestado por este autor, es necesario segmentar el mercado con la intención de identificar el mercado donde se encuentran los clientes, determinando de esta manera sus características. Luego se requiere adecuar las características del producto o servicio a las necesidades identificadas del cliente. Efectuado ello solo queda adecuar los procesos de la empresa para la elaboración del producto o servicio.

Calidad de fabricación. La organización debe identificar procesos que sean eficientes, de tal manera que dichos procesos sean competitivos y además se convierta en una ventaja competitiva que se diferencie en precio, calidad, es decir que sus costos sean mínimos si experimental cambios sustanciales en la calidad y que sobre todo dichas características satisfagan las necesidades de los clientes. “Es la metodología que ayuda a eliminar las actividades que no añaden valor. Analiza el flujo de información y materiales en todas las áreas de su planta para reducción de desperdicios y la mejora de los procesos” (Irurita, 2012, p. 27).

Calidad de vida de los trabajadores. Las condiciones que la organización le dé al trabajador son puntos fundamentales para obtener su colaboración en la mejora de los procesos. Es por ello que el industrial debe analizar el costo beneficio de brindarle al trabajador un mejor costo de vida mejorando algunos factores que mantengan al cliente interno (trabajador) satisfecho y pueda fundirse con los objetivos de la organización

Por otro lado, para Lizarzaburu (2016), la gestión de calidad cuenta con las siguientes características:

- a) Satisfacer los requisitos del cliente y legales.
- b) Diseñar la política de calidad.
- c) Determinar los objetivos de calidad.
- d) Realizar las revisiones por la dirección.
- e) Asegurar contar con los recursos.

2.2.1.2 Importancia

Es evidente la importancia que tiene la gestión de calidad en la mejora de las condiciones de la empresa, la gestión de calidad es prácticamente un principio de negocio que garantiza la excelencia de la empresa y en ella los productos y servicios que proporciona. A continuación se menciona algunos motivos que hacen importante la gestión de calidad.

La satisfacción del cliente. El programa mejora la satisfacción del cliente, el cual se puede determinar mediante un encuesta de satisfacción que se constituye en un indicador que permite ver los aspectos en lo que el producto o servicio debe mejorar.

Reducir gasto. Se refiere a la reducción de algunos gastos hundidos o que no se pueden apreciar con facilidad, como el almacenaje de materias primas que en el momento no son necesarios, o también la reducción de los desperdicios en las empresas industriales. Todo ello conduce a la reducción de los costos de la empresa.

Productividad mejorada. “Este enfoque puede afectar la productividad eliminando tareas innecesarias o mejorando las existentes. También genera trabajo en equipo cuando una empresa implementa equipos departamentales mixtos basados en empleados que revisan los procesos internos” (Riquelme, 2017).

Aumento de los ingresos. “Al utilizar estos programas en múltiples áreas, una empresa puede identificar las estrategias que necesita implementar. De esta manera se puede mejorar su reputación entre sus clientes existentes, lo que también puede ayudar a atraer a otros nuevos” (Riquelme, 2017). Todos los esfuerzos realizados en la organización en cuanto a eliminación de desperdicios, menos mercadería o materia prima en almacén sin utilizar, menor tiempo en la fabricación de productos, etc. Permite que la empresa pueda optimizar recursos y generar mayores ingresos.

2.2.1.3 Técnicas de gestión de calidad

Existen 7 herramientas básicas en la gestión de calidad que son muy útiles durante el proceso de implementación de la gestión de calidad, la característica fundamental de estas herramientas es que pueden ser usadas por personas que no necesariamente son especialistas en el tema, sino tan solo deben ser personas que puedan entender ciertos aspectos que les ayude aplicar las herramientas de manera sencilla y práctica. A continuación se expondrá cada una de las herramientas básicas de gestión de acuerdo a Restrepo (2018):

Diagrama de causa y efecto. Esta es una herramienta de control que se desarrolla en un gráfico. De acuerdo a Muñoz “es una herramienta de control de tipo gráfico que se utiliza con el fin de establecer mediante un análisis sistemático profundo, conciso y coherente, la relación entre el atributo estudiado y las variables del proceso” (Muñoz, 2012). En el gráfico se representan las causas y efectos que presenta un problema, adopta la forma de un pescado por eso también se le conoce como diagrama de espina de pescado y tiene como a su creador Kaoru Ishikawa. A continuación se presenta el gráfico que lo representa.

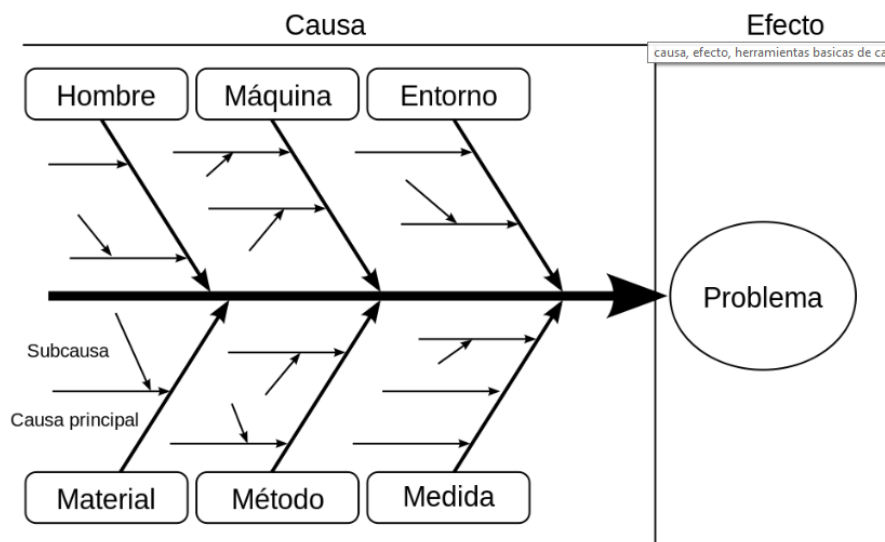


Figura 1. Diagrama de causa y efecto

Planillas de inspección. Es una herramienta que sirve para registrar resultados de un proceso o también para observarlos y registrar las variaciones, se trabaja bajo algunos criterios de evaluación y un puntaje, estos son elaborados bajo un análisis estadístico para que lo registrado esté relacionado con lo que realmente se necesita conseguir, pues en este documento se precisa una escala de valoración que permite solo marcaciones simples. También se le conoce como hoja de verificación.

HOJA DE VERIFICACIÓN		No. _____																
NOMBRE DEL SERVICIO: _____	FECHA: _____																	
AREA: _____	DELEGACIÓN: _____																	
ESPECIFICACIÓN: _____	UNIDAD DE ADSCRIPCIÓN: _____																	
No. DE INSPECCIONES: _____	NOMBRE DEL EMPELADO: _____																	
OBSERVACIONES: _____	NOMBRE DEL GRUPO: _____																	
DIMENSIONES																		
	1.5	1.6	1.7	1.8	2	2.0	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	3	3.0	3.1	
40																		
35																		
30																		
25																		
20																		
15																		
10																		
5																		
0																		
	1	2	6	13	10	16	19	17	12	16	20	17	13	8	5	6	2	
FRECUENCIA O TOTAL																		

Figura 2. Planillas de inspección

Gráficas de control. “Es una gráfica que muestra los valores específicos que se van registrando sobre una característica de la calidad que se está estudiando. Se utilizan para determinar si un proceso es estable o tiene un comportamiento impredecible” (Restrepo, 2018, p. 3).

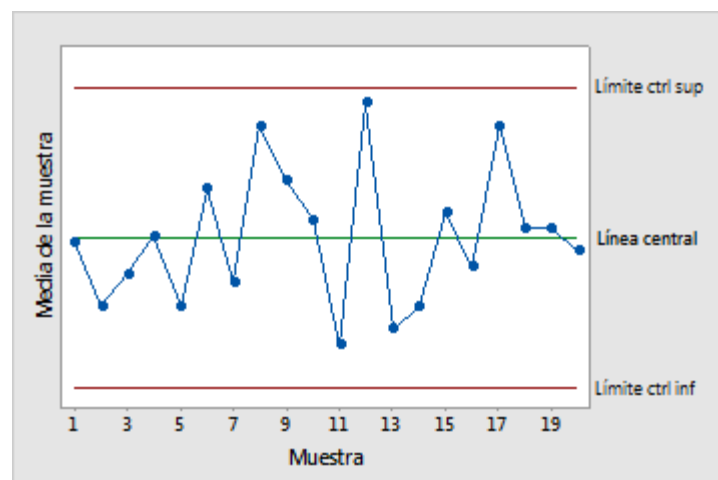


Figura 3. Gráfico de control

Diagrama de flujo. Es un gráfico que muestra cada uno de los pasos de un proceso, en él se muestra los puntos de control, los puntos de decisión, las rutas que sigue un proceso. Es muy útil para analizar un proceso y determinar incluso el costo, en él también se puede identificar los errores de un proceso y a partir de allí proponer mejoras que van a permitir a la organización ser más eficiente.

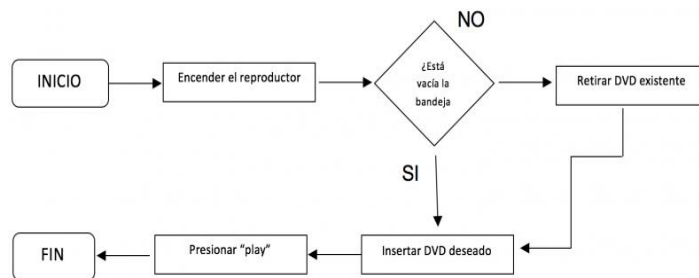


Figura 4. Diagrama de flujo

Histograma. “Es un diagrama de barras que muestra la frecuencia de cada uno de los resultados en mediciones sucesivas” (Restrepo, 2018, p. 3). La facilidad que presenta esta herramienta es que permite ver de forma gráfica la posibilidad de identificar visualmente los errores que se presentan en un proceso, pero también las tendencias que este está siguiendo de manera rápida.

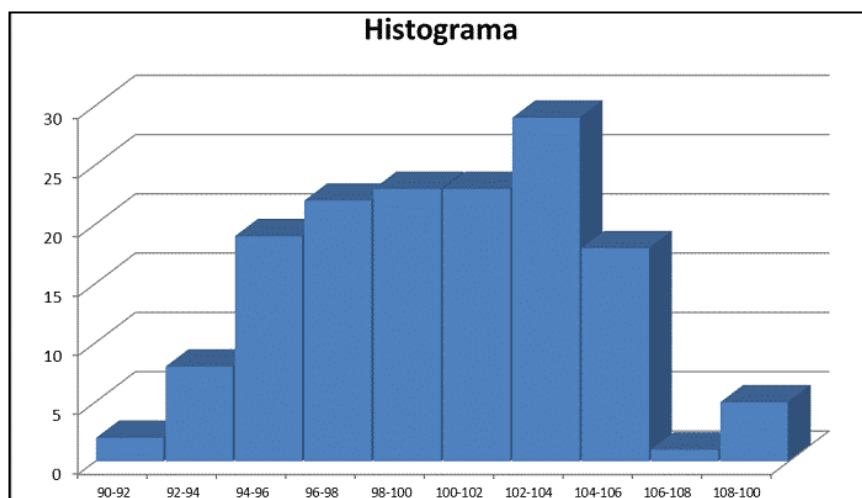


Figura 5. Histograma

Diagrama de Pareto. “Es un método coordinado para identificar, calificar y tratar de eliminar de manera permanente los defectos” (Restrepo, 2018, p. 4). Este gráfico obedece a un principio de que el 80% de los problemas son generados por el 20% de las causas, este principio fue formulado por su creador Vilfredo Pareto. Es útil para ser aplicado en diferentes ramas para identificar las verdaderas causas de los problemas detectados y discriminar aquellos que no influyen de gran manera.

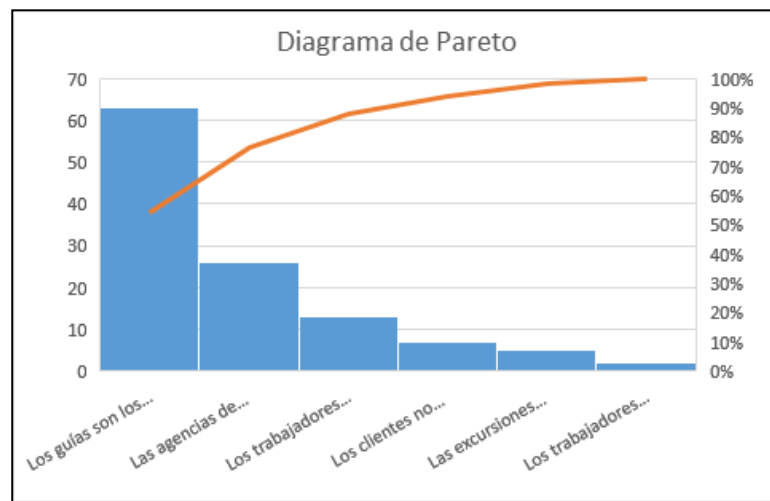


Figura 6. Diagrama de Pareto

Diagrama de dispersión. “Es una gráfica del valor de una característica frente a otra. Permite descubrir la forma en que una variable se altera, conforme se presentan cambios o alteraciones en la otra. Puede ser positiva o negativa, dependiendo del signo del resultado” (Restrepo, 2018, p. 5). Mide el grado de correlación entre dos variables, identificando si las correlaciones son positivas o negativas y de acuerdo a ello tomar una decisión.

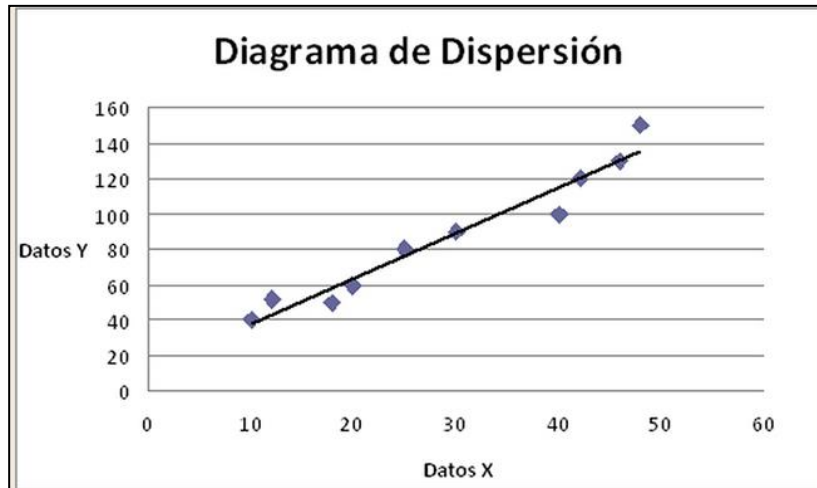


Figura 7. Diagrama de dispersión

2.2.1.4 ISO 9001: 2015. Principios de gestión de calidad

La norma ISO 9001: 2015, hizo unos reajustes en los principios de la gestión de calidad, reduciendo de 9 principios a sólo siete, los cuales se explicarán a continuación.

Enfoque al cliente. Las organizaciones siempre han estado enfocadas en la búsqueda de la competitividad, olvidando de esa manera la parte medular de todos los negocios, el cual es el enfoque al cliente. Todos los esfuerzos que realiza la empresa en la actualidad están enfocados precisamente en dicha satisfacción. Para ello, las organizaciones deben saber en primer lugar cuál es su mercado y cuáles son las características de sus clientes, identificando sus necesidades. Posteriormente a ello, la empresa debe elaborar un modelo o prototipo de producto o servicio que reúna las características para satisfacer las necesidades mencionadas. Concluido lo anterior la empresa adecua procesos, instalaciones, materiales, entornos, entre otros a la producción del producto o servicio para finalmente tallarlas con las necesidades del cliente de manera satisfactoria.

Liderazgo. Este principio está enfocado en los directivos, dueños, administradores o encargados, ello depende del tipo de organización en cuanto a sus dimensiones y rubros se dediquen. Es importante contar con el compromiso de los directivos y el liderazgo es la fórmula exacta para poder contar con la colaboración de los trabajadores. En este aspecto los líderes actúan como facilitadores, para brindar recursos, mecanismo, capacitación, personal, entre otros para poder aplicar el sistema de gestión de calidad adecuado para la organización.

Compromiso de las personas. La responsabilidad de este principio recae sobre los directivos que son quienes deben conseguir el compromiso de los trabajadores involucrarlos, capacitarlos, etc. Para ello el directivo también debe estar involucrado y participar en la actividades en pro de la implementación del sistema de gestión de la calidad.

Enfoque de procesos. Las organizaciones están llenos de proceso, la conjunción de todos los procesos traer a la luz la materialización de un producto o servicio y consecuentemente la satisfacción del cliente. Esta gestión de procesos tiene algunos pasos que es necesario considerar: identificación de los procesos en la empresa como aquellos estratégicos, operativos y los de apoyo. Como segundo paso es organizar los procesos, identificar los responsables y líderes de equipos y por último revisar las acciones efectuadas y establecer acciones correctivas y de mejora a los procesos.

Toma de decisiones basadas en evidencias. Las decisiones que toman los directivos de una empresa pueden marcar la diferencia entre el éxito o fracaso futuro de una organización. Abastecer un mercado, lanzar un nuevo producto, etc., implica tomar decisiones, ello depende de la calidad de la información que llega a manos del directivo, para ello la información debe ser adecuada, exacta, valiosa, pertinente y

oportuna. Esta información debe ser evaluada por el directivo de la organización para que pueda tomar decisiones acertadas y tener éxito.

La mejora continua. El estadístico Shewhart definió que un proceso debe incluir cuatro pasos: planea, hacer, controlar y actuar. Ello promete que si este método se aplica en todos los procesos, se tiene la seguridad de que los procesos y los productos siempre serán innovadores. “Hay que buscar continuamente la satisfacción del cliente, la mejora continua de las actividades y los resultados. Para ello hay que definir los objetivos y luego las acciones para conseguirlos” (Irurita, 2012, p. 32).

Gestión de relaciones. Las buenas relaciones entre la empresa y sus proveedores son muy beneficiosas para ambos, pues ayuda a mejorar los costos y optimizar los recursos. No se puede dejar de nombrar que cuando hay este tipo de relaciones los recursos se hacen más eficientes y se pueden cumplir con los clientes de manera más rápida. Para ello debe haber acuerdo de cooperación entre ambas partes.

2.2.2 Atención al Cliente

Arturo (2015) menciona “que la asistencia al consumidor es la prestación que una compañía brinda a sus clientes al instante de estar pendiente a sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o hacer entrega del mismo”

Para comprender mejor este concepto haremos una revisión de los elementos que interceden en el servicio al cliente:

- ✓ Deferencia: el trato agradable, atento y cortés, son requisitos muy importantes para un negocio.
- ✓ Atención individualizada: atención inmediata al personal.

- ✓ Celeridad en la atención: aquí se toma en cuenta la celeridad en la toma de pedidos o alguna consulta o duda que los clientes puedan tener.
- ✓ Ambiente agradable: ambiente acogedor en donde los consumidores estén a gusto con el servicio.
- ✓ Comodidad: cuando el cliente visita el local debe sentirse cómodo ante todo.
- ✓ Seguridad: hace reseña a la seguridad del local sintiéndose protegidos.
- ✓ Higiene: se refiere que un negocio debe tener limpio el lugar donde hace la venta de sus productos.

a. Importancia del servicio al cliente

El servicio al cliente está ligada a la acción en el cual haya alguna comunicación con el consumidor, iniciando por los colaboradores de seguridad que se encuentran en la puerta del negocio, incluso hasta la interacción por medio de una llamada recibida. Es por ello que es muy importante brindar capacitación y motivación permanente a los colaboradores para que se puedan desempeñar de manera adecuada en sus responsabilidades.

b. Herramientas de atención al cliente

Como bien se sabe que el colaborador es una pieza muy importante en la atención al consumidor. Sin embargo, en muchos casos las incorrecciones en el servicio se dan por no conceder al colaborador todo lo que requiere para desempeñarse bien su labor, por lo cual hace necesario usar herramientas que faciliten el proceso de atención al cliente, así lo refiere Sastre, (2013):

“Existe infinidad de herramientas, y todas ellas varían en cuanto a precios, pero también debes tener en cuenta que te conviene realizar una inversión y que, una vez escogida la herramienta, tendrás que trabajar con ella durante un tiempo para

rentabilizar la inversión, por lo que será una decisión importante para tu negocio”.
(párr. 15).

1. Micro y pequeña empresa

a. Concepto de micro y pequeña empresa

Rodríguez, (2000). Valencia precisa a la organización como “un ente en donde se crea riqueza, y donde ésta permite que pongan en operaciones recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros y técnicos) para transformar los insumos en bienes y servicios terminados, de acuerdo con los objetivos fijados por una administración”

b. Ventajas de la micro y pequeña empresa

- ✓ Son flexibles incluso más que las demás empresas convencionales en los métodos de elaboración.
- ✓ La relación de los colaboradores con los clientes es más cercano.
- ✓ Por la sencillez de la infraestructura es más fácil realizar cambios en el nicho de mercado.
- ✓ En cuanto a las responsabilidades de los colaboradores son mucho más extensos, menos rectos, además los colaboradores están con más disposición a cambiar para obtener una mejora.
- ✓ En la toma de decisiones el tiempo es menos ya que los procesos son menos complicados.
- ✓ En lo que se refiere a la visión de la empresa es menos estricta, más dirigida a lo que requieren los consumidores.

c. Desventajas de la micro y pequeña empresa

- ✓ Distinguen varios cambios y avances porque cuentan con direcciones específicas.
- ✓ No pueden encausarse en grandes negocios porque no cuentan con importantes respaldos financieros.
- ✓ Se debe tener una firme revisión de su organización ya que es configurable.
- ✓ La cercanía entre colaboradores puede ser causa de dificultades ya que se corre con el riesgo que lleven los problemas personales a la empresa.
- ✓ No existe control en la entrada y salida de dinero.
- ✓ Para poder tener atención y no pasar desapercibido por los clientes la empresa debe realizar publicidad.

d. Características de empresa

Es un sistema: conjunto regulado por segmentos relacionados a un entorno que regulan la producción, financiamiento, etc., para lograr sus objetivos.

Entidad libre de creación de bienes o servicios

- ✓ Bienes: es todo aquello lo que satisface a los clientes. Son tangibles (autos, gasolina, etc.)
- ✓ Servicios: no tienen aspectos corporal (servicio bancario, educativos, etc.)

Satisfacen necesidades humanas: todo lo que se requiere para conservación y el desarrollo humano.

Es una unidad jurídica: funciona entorno a leyes.

Tiene nombre propio, patrimonio y domicilio: son requisitos muy importantes para el funcionamiento de una empresa.

Asume riesgos y responsabilidades:

Es una unidad social: desarrollada por personas para personas.

2.3 Marco conceptual

Gestión de calidad. De acuerdo a Juran: “La gestión de calidad es un enfoque sistémico para establecer y cumplir los objetivos de calidad por toda la empresa” (Juran, 1990, p. 169).

Procesos: Son un conjunto de actividades las cuales implica la participación de personas y la utilización de materiales para lograr un objetivo ya identificado con anterioridad. (Roig, 2014).

Control de Calidad: “Es una actividad industrial que persigue el mantenimiento de la calidad a niveles adecuados a las exigencias del consumidor y a la vez es una mejora de la rentabilidad de fabricación. Para obtener un buen producto se debe seguir un estricto control de calidad consistente en: a) Control exhaustivo de materias primas; b) Formulación equilibrada; c) Riguroso control del proceso de fabricación” (SENA, 2006, p. 19).

Micro y pequeña empresa. De acuerdo a la Chorro (2010), la micro y pequeña empresa es una Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un establecimiento fijo o ambulante que tiene un nivel de ventas brutas anuales de hasta 100,000 dólares y hasta 10 trabajadores remunerados” (p. 17).

Restaurante. El Reglamento de Restaurantes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2004), define al restaurante como aquel “establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que exige el Reglamento y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes” (p. 2).

Trabajo en equipo. Para Acosta (2011), “Es el conjunto de personas que interactúan unas con otras, son conscientes unas con otras y se perciben a sí mismas como un equipo de objetivos y visiones comunes” (p. 22).

Mejora continua. “Hay que buscar continuamente la satisfacción del cliente, la mejora continua de las actividades y los resultados. Para ello hay que definir los objetivos y luego las acciones para conseguirlos” (Irurita, 2012, p. 32).

2.3.1 Bases Jurídicas

Dentro del factor legislativo, existen leyes que influyen en la actividad de los restaurantes, una de ellas es la “ley de la inocuidad de los alimentos”, la cual tiene por finalidad garantizar la inocuidad de los alimentos destinados al consumo humano a fin de proteger la vida y salud de las personas. Esta misma ley establece obligaciones para los proveedores: cumplir con las normas sanitarias, siendo el responsable de la inocuidad de los alimentos que ofrece al consumidor. Betty Soledad (2018).

Al respecto, José Miguel García, coordinador del área de Vigilancia de la Dirección de Higiene Alimentaria y Zoonosis de la Digesa, señaló que desde el 2005 está vigente la Norma Sanitaria para el Funcionamiento de Restaurantes y Establecimientos afines que establece los requisitos sanitarios operativos y las buenas prácticas de manipulación de los alimentos que deben cumplir los que laboran en los restaurantes. Salud (2015).

Así mismo, García Rojas precisó que durante el 2014, la Digesa, en coordinación con 17 municipios, realizó 1,260 inspecciones en Lima Metropolitana y el Callao. Asimismo capacitó a los inspectores municipales y a los responsables de los establecimientos de expendio de comida, con el fin de fortalecer sus capacidades y garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos de consumo directo. Asimismo,

invocó a la población no consumir alimentos en lugares que se encuentren en malas condiciones de salubridad e higiene. Preciso que durante las inspecciones realizadas se ha detectado que las cocinas y utensilios se encontraban sucios, los baños estaban en condiciones antihigiénicas y los manipuladores de alimentos no utilizaban los implementos y vestimenta adecuados. Salud (2015).

Tenemos también la NORMA ISO 22001 de Seguridad Alimentaria, la cual proporciona las reglas a seguir. Además ofrece un sello oficial de calidad que certifica que el establecimiento cumple con la norma.

III. Metodología

3.1 Diseño de la investigación.

El diseño de investigación fue no experimental – transversal – descriptivo-cuantitativo.

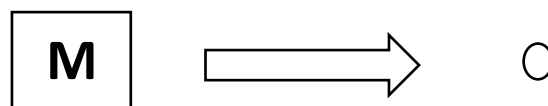
Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se encontró dentro de su contexto. Gómez (2006), afirma que “se podría definir como la investigación que se realiza sin variar deliberadamente las variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (p.100).

Transversal porque se realizó en un determinado tiempo. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), los “diseños transaccionales (transversales), son investigaciones que recopilan datos en un momento único” (p. 154).

Descriptivo porque consistió en describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos. Para Namakforoosh, M. (2005), “la investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, cuándo, dónde, cómo y porqué del sujeto de estudio” (p. 91).

Finalmente fue cuantitativo porque empleó herramientas estadísticas y matemáticas para procesar la información. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación cuantitativa “Se apoya en el tratamiento de la información con técnicas matemáticas y estadísticas” (p. 7).

La representación gráfica del diseño es de la siguiente manera:



Dónde:

M : Representa la muestra

O : Representa lo que observamos

3.2 Población y muestra.

3.2.1 Población

La población estuvo conformada por 20 MYPES del Sector Servicio – Rubro Restaurante, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018.

De acuerdo a Balestrini (1998) define la población “un conjunto finito o infinito de personas, cosas o elementos que presentan características comunes con el fenómeno que se investiga” (p. 210)

3.2.2 Muestra

La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 01 MYPE del Sector Servicio – Rubro Restaurante “La Santa Resto Bar”, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018.

Según Arias (2006) menciona que la muestra es un “subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. (p. 83)

3.3 Operacionalización de las variables

Tabla 1.

Operacionalización de las variables

VARIABLE		Definición operacional			Escala de Medición
Denominación	Definición conceptual	DIMENSIÓN		INDICADOR	
		Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de Calidad	La gestión de calidad es la adecuación al uso y es aplicable a toda clase de organizaciones industriales y de servicio” (Juran, citado por Griful y Canela, 2002, p. 49).	Planificación de la calidad	Es la actividad para desarrollar los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes.	Fija objetivos de calidad	Likert
				Necesidades de clientes	
				Establece controles	
		Control de la calidad	Comprende el proceso de evaluar y compara el comportamiento de la calidad y actuar sobre las diferencias.	Evaluación	
				Comparación	
				Corrección	
		Mejora de la calidad	Este proceso es el medio de elevar el comportamiento de la calidad hasta unos niveles sin precedentes.	Infraestructura	
				Equipo de trabajo	
				Motivación	
Atención al Cliente	La atención al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (Serna, 2006)	Expectativas del cliente	Son una medida anticipada de la calidad que el cliente espera recibir.	Producto	Likert
				Servicio	
		Calidad percibida	Busca determinar en qué medida el producto se adapta al cliente, y con qué frecuencia cree que el producto o servicio va a fallar.	Personalización	
				Fiabilidad	
		Quejas del cliente	Son la expresión más palpable de la insatisfacción	Escuchar	
				Solución	
				Satisfacción	
Fidelidad del cliente	Es la plataforma de la rentabilidad del negocio.	Buen servicio			

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica

Se empleó la encuesta para la recolección de la información necesaria para esta investigación. De acuerdo Grasso (2006), “la encuesta es un procedimiento que ayuda a recolectar información de un grupo de personas previamente definidas. A través de ella se obtiene información de manera sistemática” (p. 13).

Instrumento

El instrumento fue un cuestionario con preguntas relacionadas a las variables de investigación y con respuestas con escala de Likert que contuvieron las variables de investigación de la tesis. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), el cuestionario “es el conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir (p. 217).

3.5 Plan de análisis.

La información se obtuvo por medio de una encuesta con su respectivo cuestionario de preguntas, con la finalidad de conocer el comportamiento de ambas variables objeto de estudio. Los datos recopilados fueron procesados y analizados por medio de la aplicación de los programas estadísticos como el Microsoft Excel, para luego ser presentados en tablas y figuras con sus respectivas interpretaciones para dar un mejor entendimiento.

3.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2.

Matriz de consistencia

Título:	Gestión de Calidad en Atención de Calidad en la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante La Santa Resto Bar, del distrito de San Nicolás, 2018.				
Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	Variables	Población y muestra	Metodología	Instrumentos y procedimientos
<p>¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en Atención de Calidad en la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante La Santa Resto Bar, del distrito de San Nicolás, 2018?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar las principales características específicas de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante “La Santa Resto Bar, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar las principales características de los representantes legales de la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante La Santa Resto Bar, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018. Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante La Santa Resto Bar, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018. Determinar las principales características de la atención al cliente de la MYPE del sector servicio - rubro Restaurante La Santa Resto Bar, del distrito de San Nicolás, 2018. 	<p>Variable 1:</p> <p>Gestión de calidad</p> <p>Variable 2:</p> <p>Atención al Cliente</p>	<p>Población:</p> <p>01 MYPE</p> <p>Muestra:</p> <p>01 MYPE</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Descriptiva</p> <p>Diseño:</p> <p>Descriptivo, No experimental, Transversal.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta.</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>

3.7 Principios éticos

Esta investigación, no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiará siendo su propósito favorable para las Micro y Pequeñas Empresas del distrito de Pueblo Libre orientado al éxito.

El presente estudio será evaluado y revisado por el comité de ética de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Por ello la presente investigación se tiene en cuenta los siguientes principios éticos en todo el trabajo de estudio:

Principios de Confidencialidad: Donde se guardará la confidencialidad, no exponiendo los resultados y guardando la intimidad de las personas, así mismo solo se publicará la información que desee se publique el dueño de la micro y pequeña empresa quien proporciona la información.

Principios de Confiabilidad: Los datos que se presenten son reales y contundentes.

Respecto a la Persona Humana: Se respetará las ideas, creencias de las personas, para la elaboración del trabajo de investigación siempre buscando el bien común.

El Principio de Justicia: Que se cumplirá mediante el trato adecuado antes, durante, después del proceso de recolección de datos.

El Conocimiento Informado: Que se cumplirá informando los elementos de la muestra sobre el objetivo del cuestionario estructurado.

Honestidad: Cuidando que los resultados solamente se utilizarán para los efectos del trabajo de investigación

IV. Resultados

4.1 Resultados

Sobre las características de los representantes

Tabla 3
Edad de los representantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
18 a 30 años	00	0%	0%
Válido 31 a 50 años	01	100%	100%
51 a más años	00	00%	0%
Total	01	100.0%	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2018.

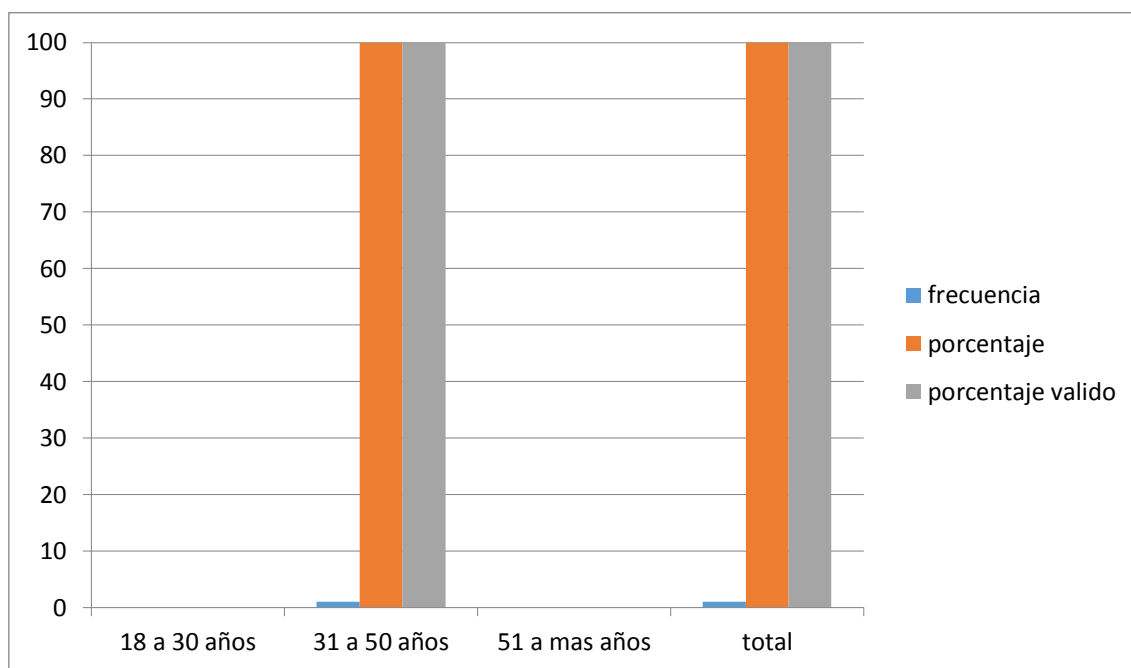


Figura 1. Edad de los representantes

Interpretación

El 100% de los representantes de las MYPE tienen una edad que oscila entre 31 a 50 años de edad.

Tabla 4
Género de los representantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	Femenino	00	0%	0%
Válido	Masculino	01	100%	100%
	Total	01	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2018.

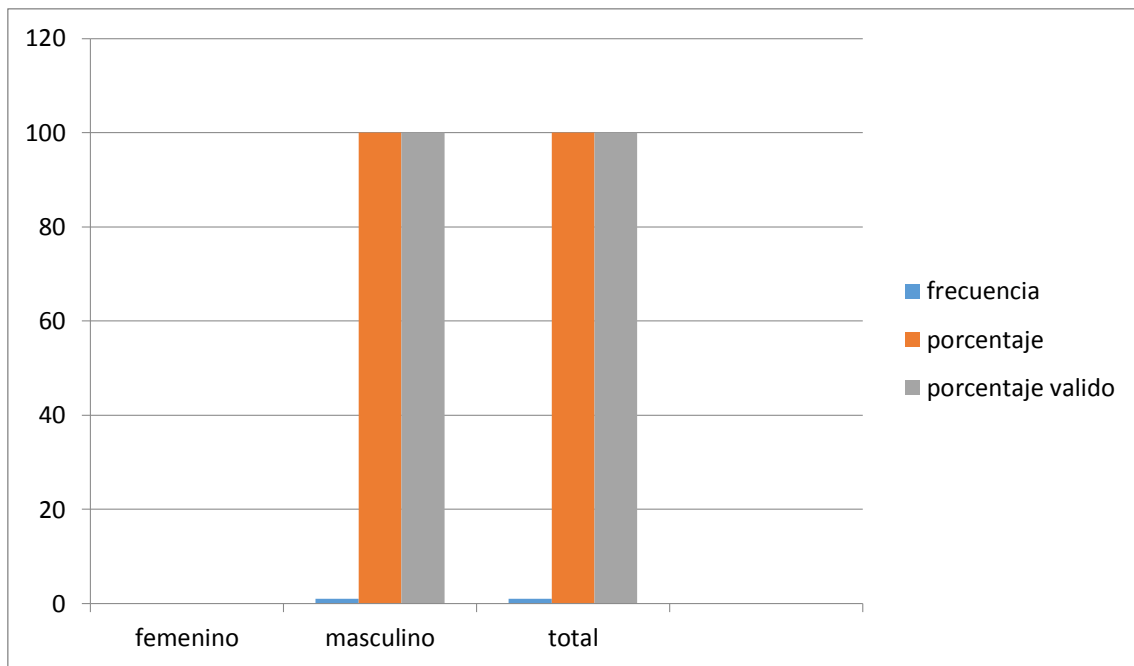


Figura 2. Género de los representantes

Interpretación

El 100% de los representantes de las MYPE es de género masculino.

Tabla 5
Grado de instrucción de los representantes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Secundaria	00	0%	0%
Técnica	00	0%	0%
Superior	01	100%	100%
Total	01	100.0%	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2018.

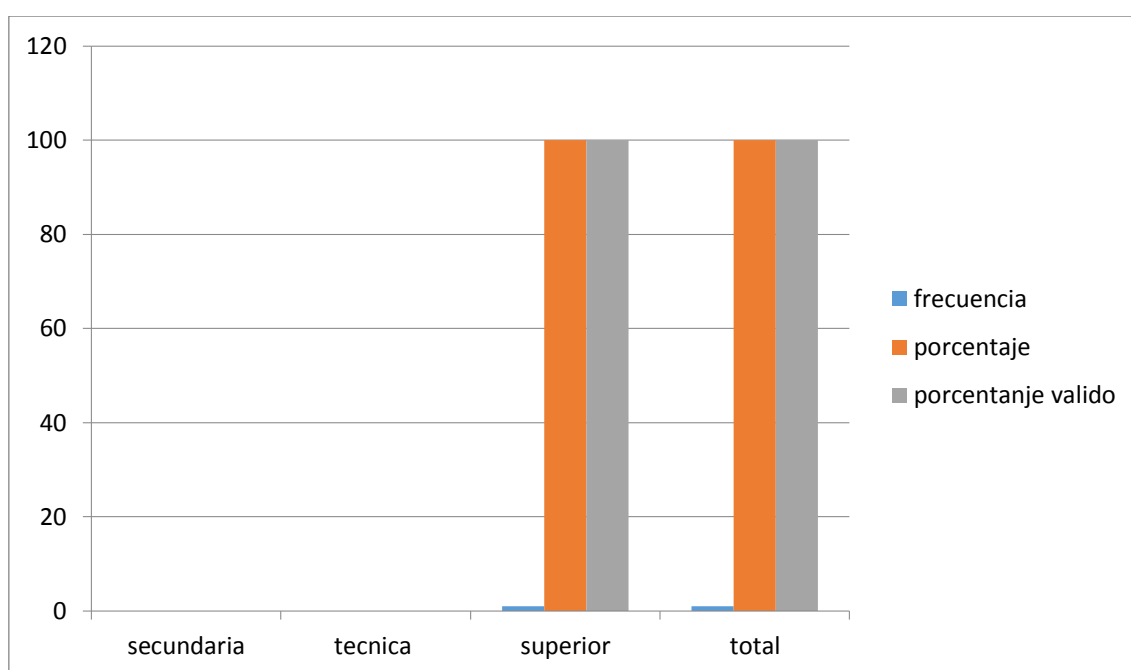


Figura 3. Grado de instrucción del representantes

Interpretación

El 100% de los representantes de las MYPE tienen educación superior.

Tabla 6
Carga de los representantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	Dueño	01	1%	1%
Válido	Administrador	00	0%	0%
	Total	01	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

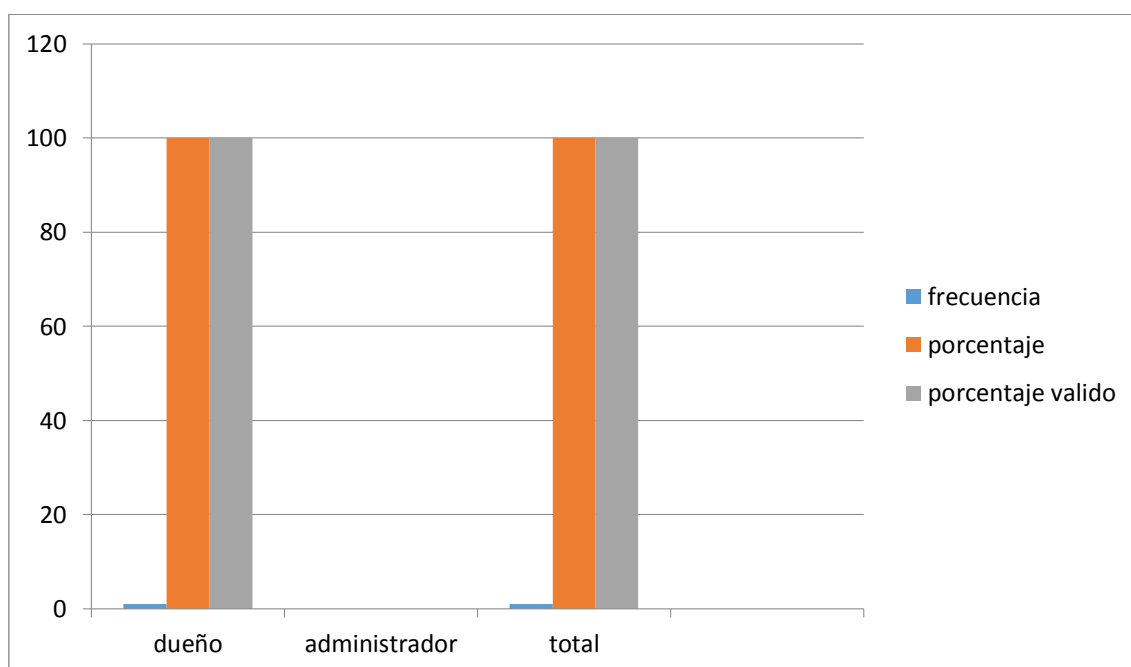


Figura 4. Cargo del representante

Interpretación

El 100.0% de los representantes de las MYPE es dueño de la empresa.

Tabla 7
Tiempo que desempeña en el cargo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
0 a 3 años	00	0.0%	0.0%
4 a 6 años	01	100%	100%
7 años a más	00	0%	0%
Total	01	100.0%	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

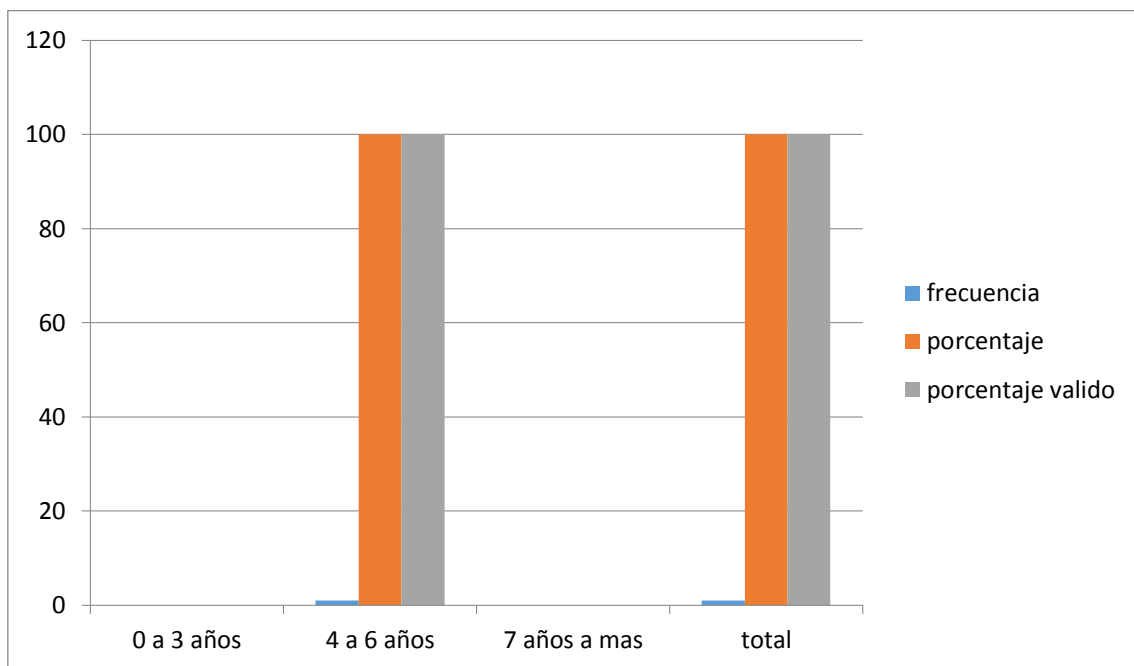


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Interpretación

El 100% de los representantes de las MYPE tienen entre 4 a 6 años.

Sobre las características de las MYPE

Tabla 8
Tiempo de permanencia en el mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
1 a 5 años	01	100%	100%
6 a 10 años	00	0%	0%
11 a más	00	0%	0%
Válido			
Total	01	100%	100%

Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

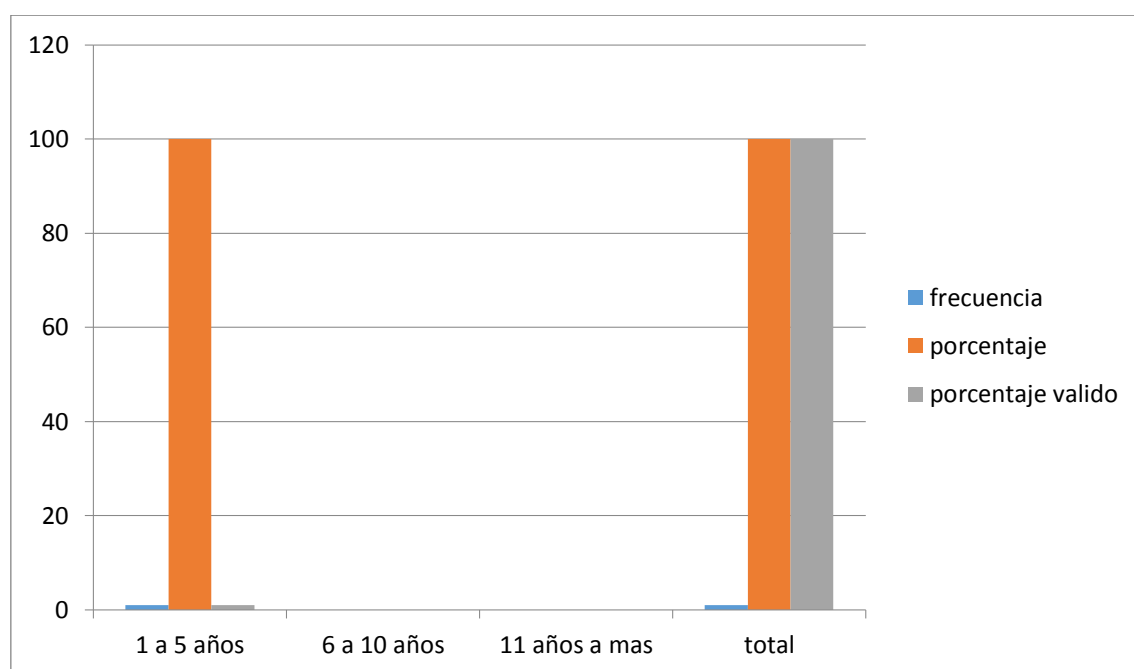


Figura 6. Tiempo de permanencia en el mercado

Interpretación

El 100.0% de las MYPE tienen entre 1 a 5 años de permanencia en el sector.

Tabla 9
Número de trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
1 a 5 trabajadores	00	0%	0%
6 a 10 trabajadores	01	100%	100%
Válido Total	01	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

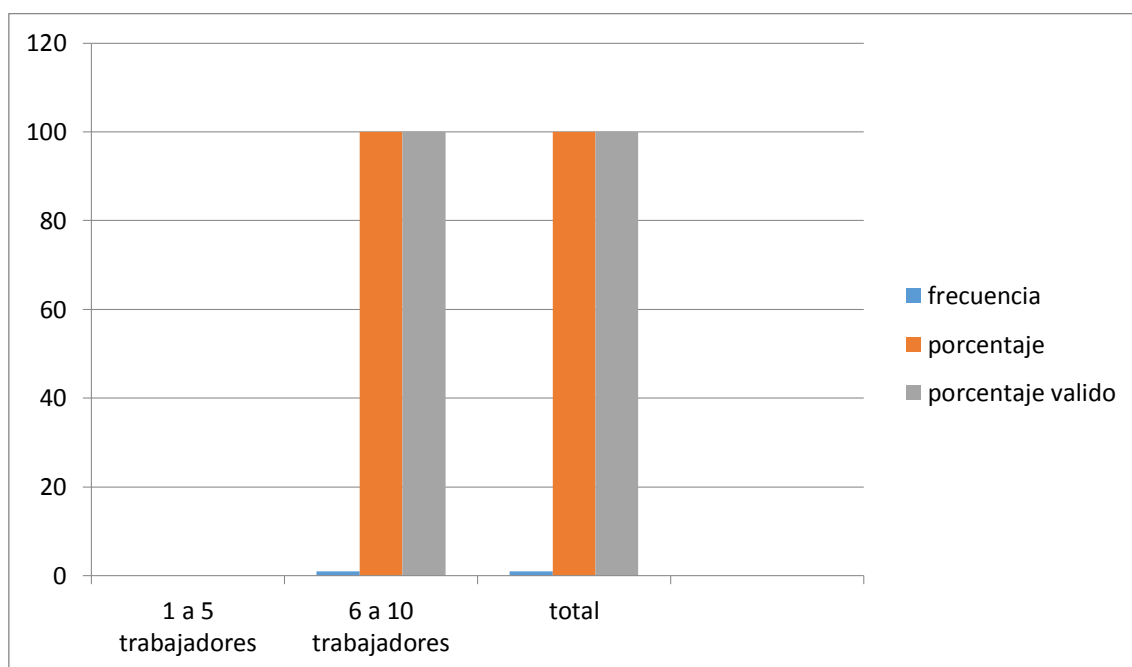


Figura 7. Número de trabajadores

Interpretación

El 100.0% de las MYPE tienen entre 6 a 10 trabajadores.

Tabla 10
Parentesco con los trabajadores

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Familiares	00	0%	0%
Ninguno	00	0%	0%
Ambos	01	100%	100%
Total	01	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

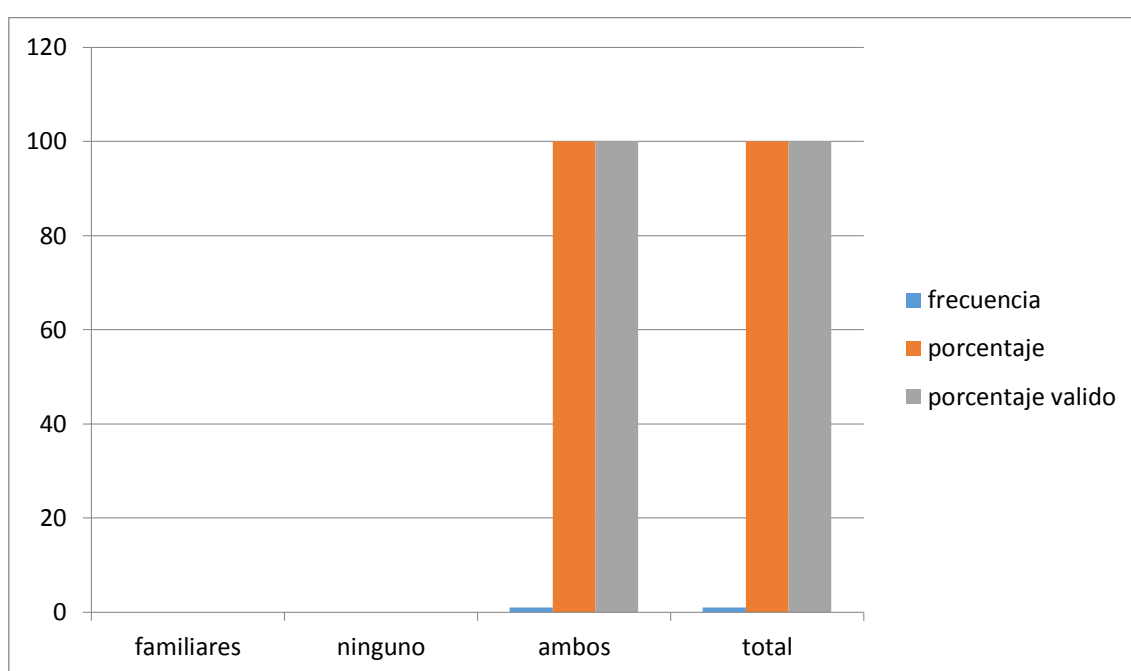


Figura 8. Parentesco con los trabajadores

Interpretación

El 100% de las mypes tienen trabajadores familiares y no familiares.

Tabla 11
Objetivo de crear la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	Generar ganancias	01	100.0%	100.0%
Válido	Necesidad	0	0.0%	0.0%
	Total	18	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

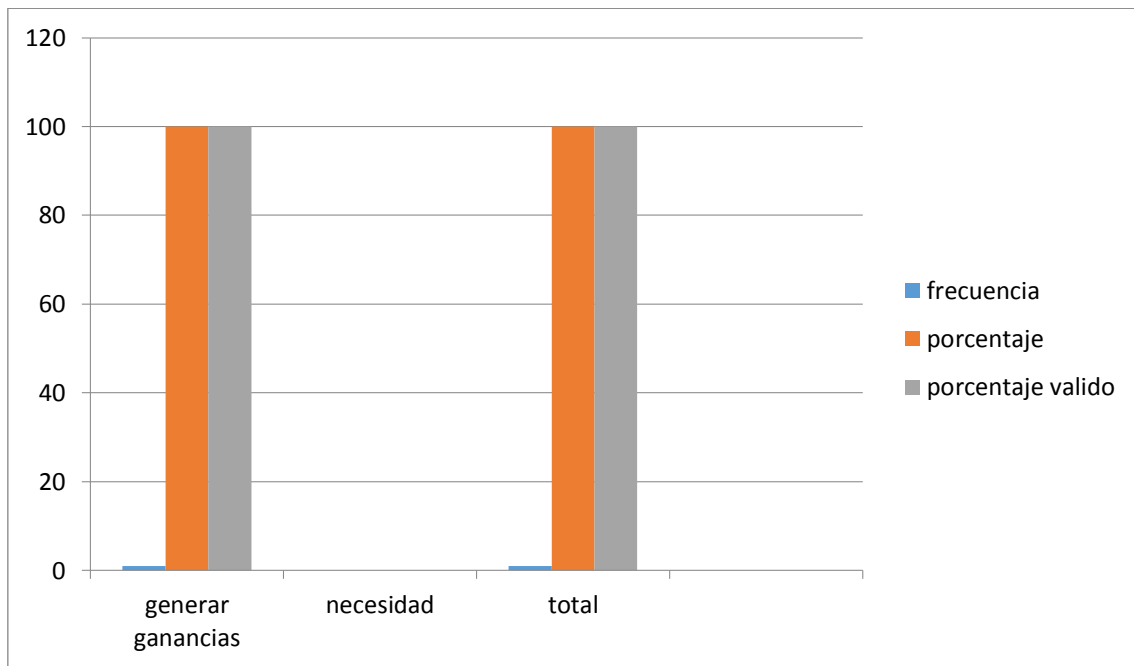


Figura 9. Objetivo de crear la empresa

Interpretación

El 100.0% de los representantes de las MYPE creó la empresa para generar utilidades.

Tabla 12
Tipo de constitución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	Persona natural	01	100%	100%
	EIRL	00	0%	0%
Válido	SRL	00	0%	0%
	SAC	00	0%	0%
	Total	01	100.0%	100.0%

Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

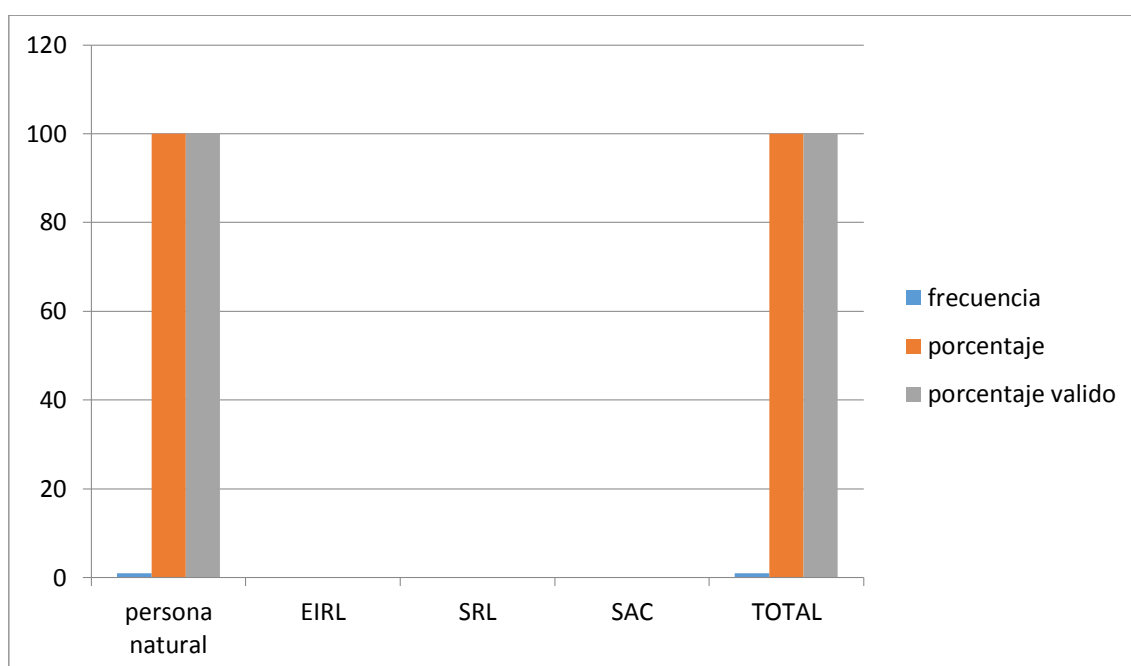


Figura 10. Tipo de constitución

Interpretación

El 100% de las MYPE está constituida como persona natural.

Sobre la variable gestión de calidad

Tabla 13

Nivel de percepción de la variable gestión de calidad

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	DESFAVORABLE	00	0%	0%
	MODERADO	00	0%	0%
	FAVORABLE	01	100%	100%
	TOTAL	01	100%	100%

Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

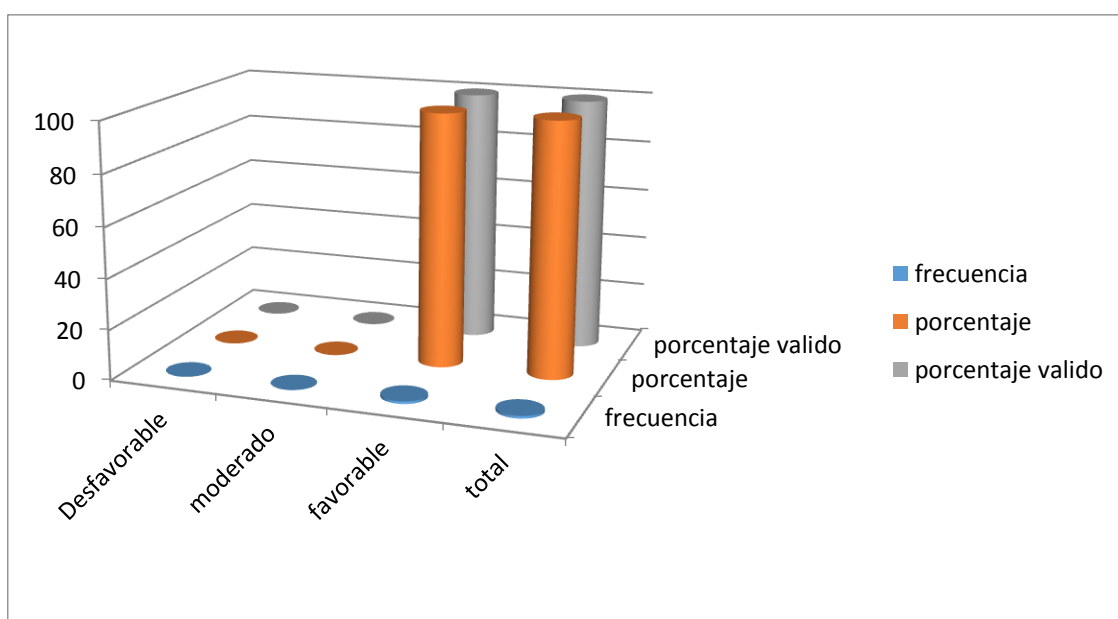


Figura 11. Nivel de percepción de la variable gestión de calidad

Interpretación

El 100% de los representantes de las MYPE percibe que la variable gestión de calidad en el restaurante es de nivel favorable.

Tabla 14

Nivel de percepción de la dimensión planificación de la calidad

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	DESFAVORABLE	00	0%	0%
	MODERADO	00	0%	0%
	FAVORABLE	01	100%	100%
	TOTAL	01	100%	100%

Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

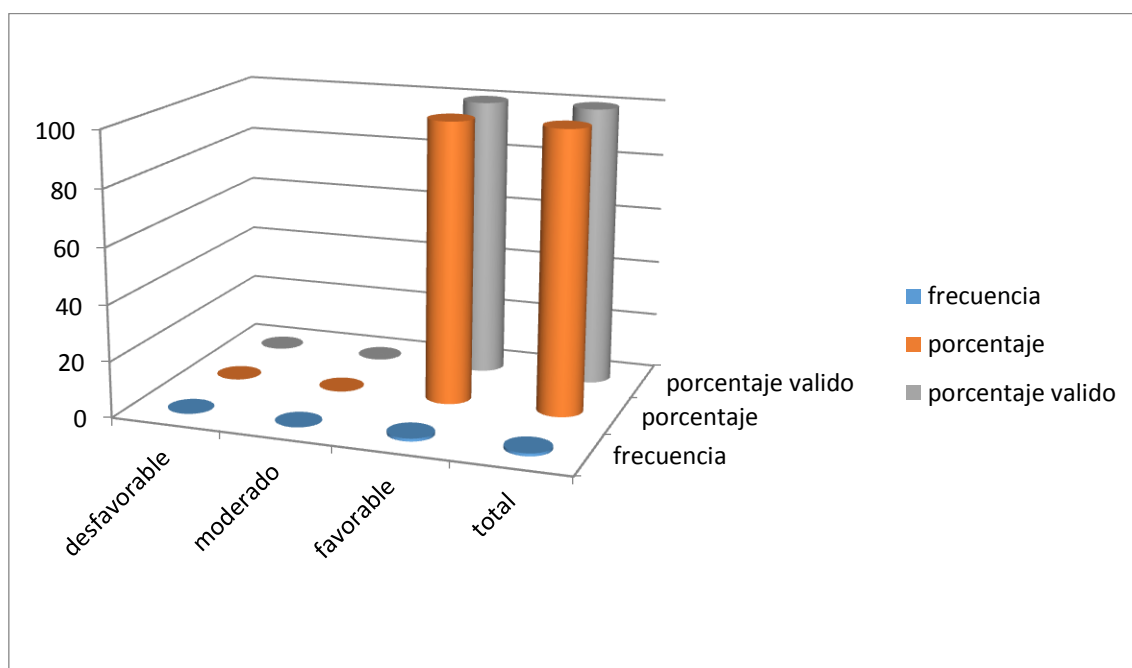


Figura 12. Nivel de percepción de la dimensión planificación de la calidad

Interpretación

El 100% de representantes de las MYPE percibe que la dimensión planificación de la calidad en el restaurante es de nivel favorable.

Tabla 15

Nivel de percepción de la dimensión control de la calidad

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	DESFAVORABLE	00	0%	0%
	MODERADO	00	0%	0%
	FAVORABLE	01	100%	100%
	TOTAL	01	100%	100%

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

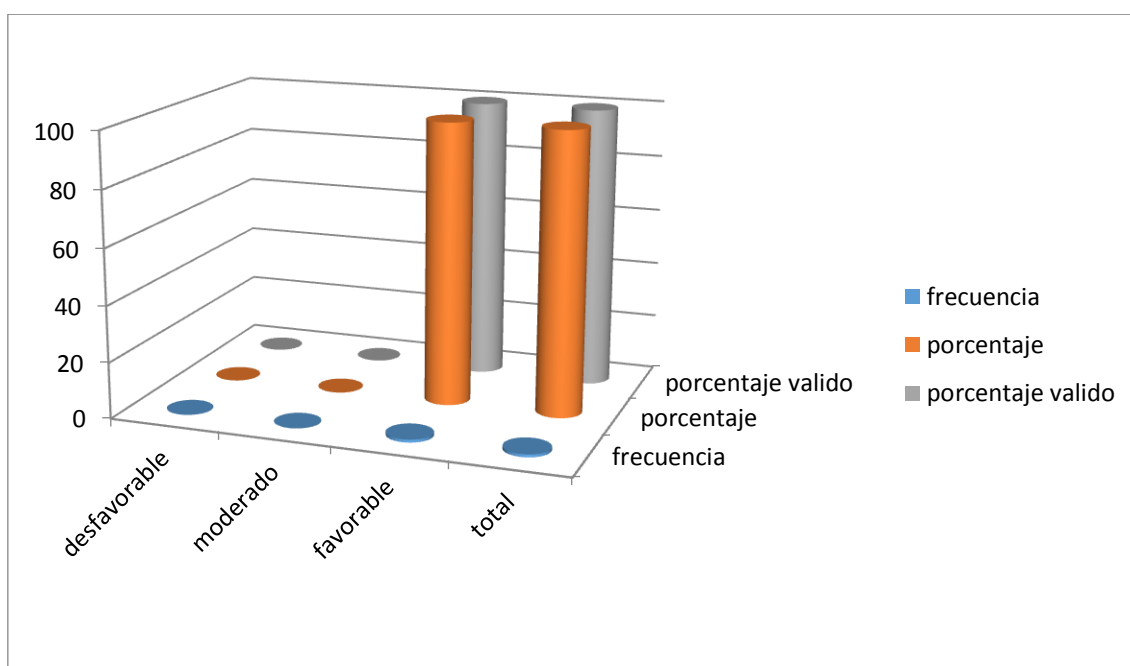


Figura 13. Nivel de percepción de la dimensión control de la calidad

Interpretación

El 100% de representantes de las MYPE percibe que la dimensión control de la calidad en el restaurante es de nivel favorable.

Tabla 16

Nivel de percepción de la dimensión mejorar la calidad

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	DESFAVORABLE	00	0%	0%
	MODERADO	00	0%	0%
	FAVORABLE	01	100%	100%
	TOTAL	01	100%	100%

Cuestionario aplicado al representante de la MYPE 2019

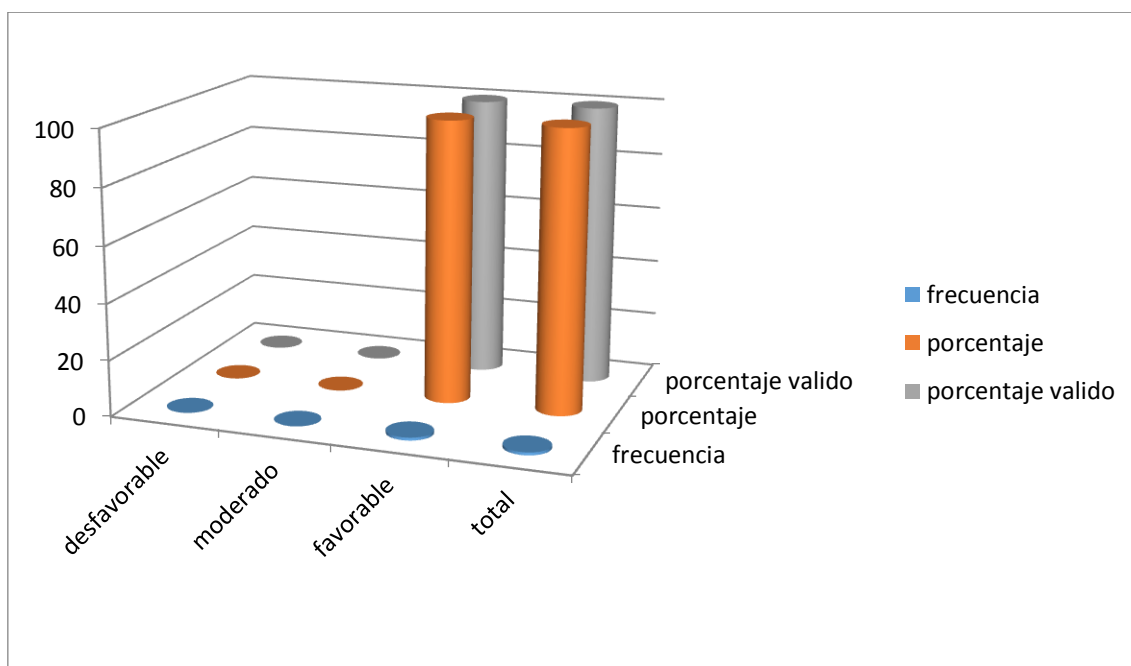


Figura 14. Nivel de percepción de la dimensión mejorar la calidad

Interpretación

El 100% de representantes de las MYPE percibe que la dimensión mejorar la calidad en el restaurante es de nivel favorable.

Sobre la Atención al Cliente

Tabla 17

Nivel de percepción de la variable Atención al Cliente

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
	DESFAVORABLE	00	0%	0%
Válido	MODERADO	02	20%	20%
	FAVORABLE	08	80%	80%
	TOTAL	10	100%	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE 2019

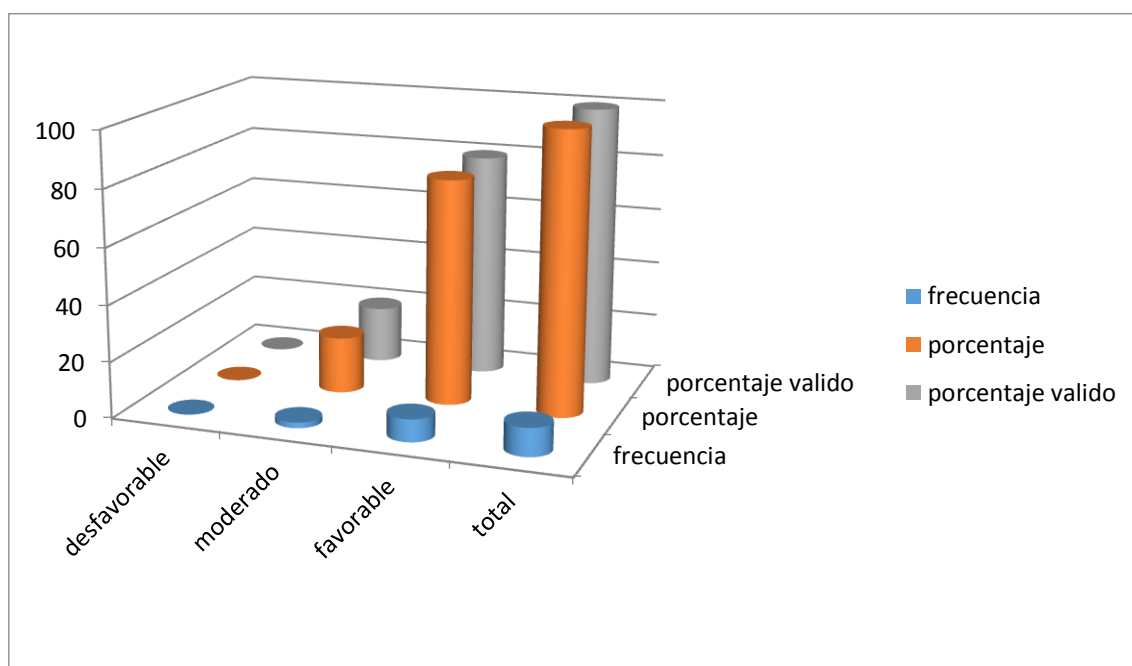


Figura 15. Nivel de percepción de la variable atención al cliente

Interpretación

El 80% de los clientes de la MYPE percibe que la variable atención al cliente en el restaurante es de nivel favorable y el 20% lo considera moderado.

Tabla 18
Nivel de percepción de la dimensión expectativa del Cliente

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	DESFAVORABLE	00	0%	0%
	MODERADO	01	10%	10%
	FAVORABLE	09	90%	90%
	TOTAL	10	100%	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE 2019

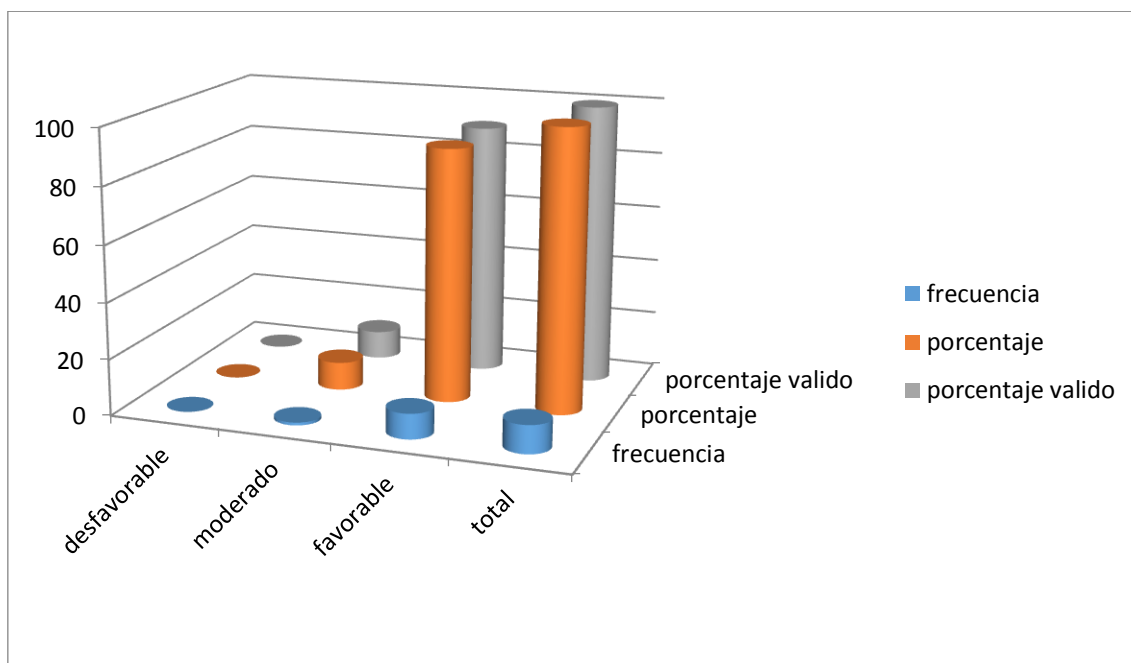


Figura 16. Nivel de percepción de la dimensión expectativa del cliente

Interpretación

El 90% de clientes de las MYPE percibe que la dimensión expectativa del cliente en el restaurante es de nivel favorable y el 10% percibe que es de nivel moderado.

Tabla 19
Nivel de percepción de la dimensión Calidad Percibida

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	DESFAVORABLE	00	0%	0%
	MODERADO	04	40%	40%
	FAVORABLE	06	60%	60%
	TOTAL	10	100%	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE 2019

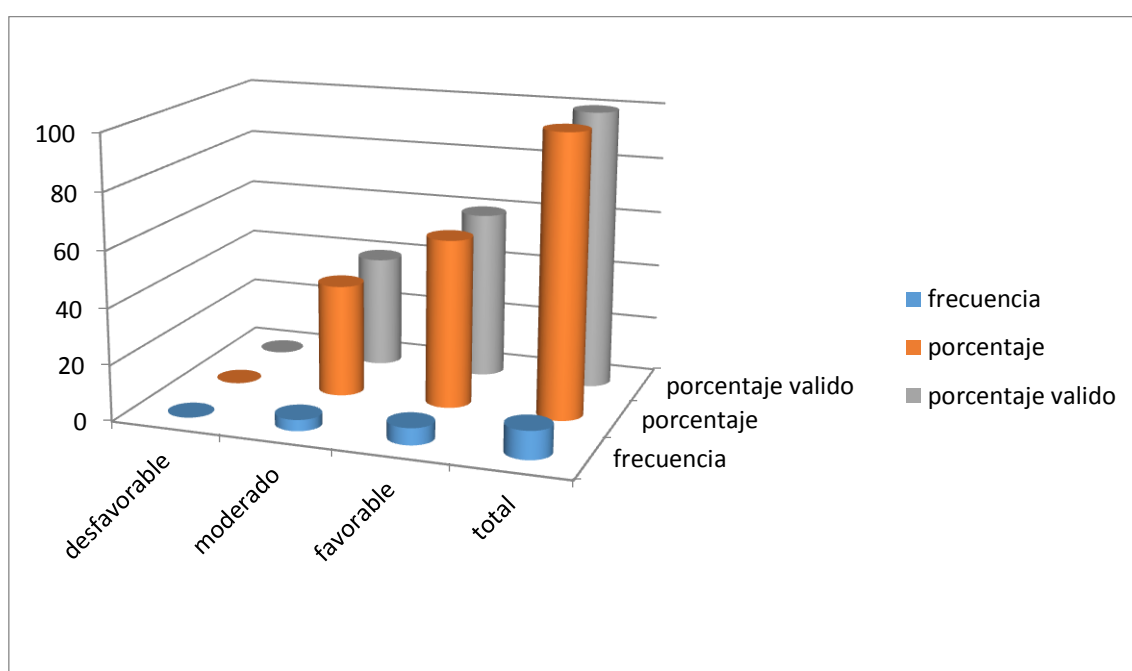


Figura 17. Nivel de percepción de la dimensión calidad percibida

Interpretación

El 60.0% de clientes de las MYPE percibe que la dimensión calidad percibida en el restaurante es de nivel favorable y el 40% lo considera de nivel moderado.

Tabla 20

Nivel de atención de la queja del cliente – dimensión queja del cliente

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	INADECUADO	00	0%	0%
	REGULAR	02	20%	20%
	ADECUADO	08	80%	80%
	TOTAL	10	100%	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE 2019

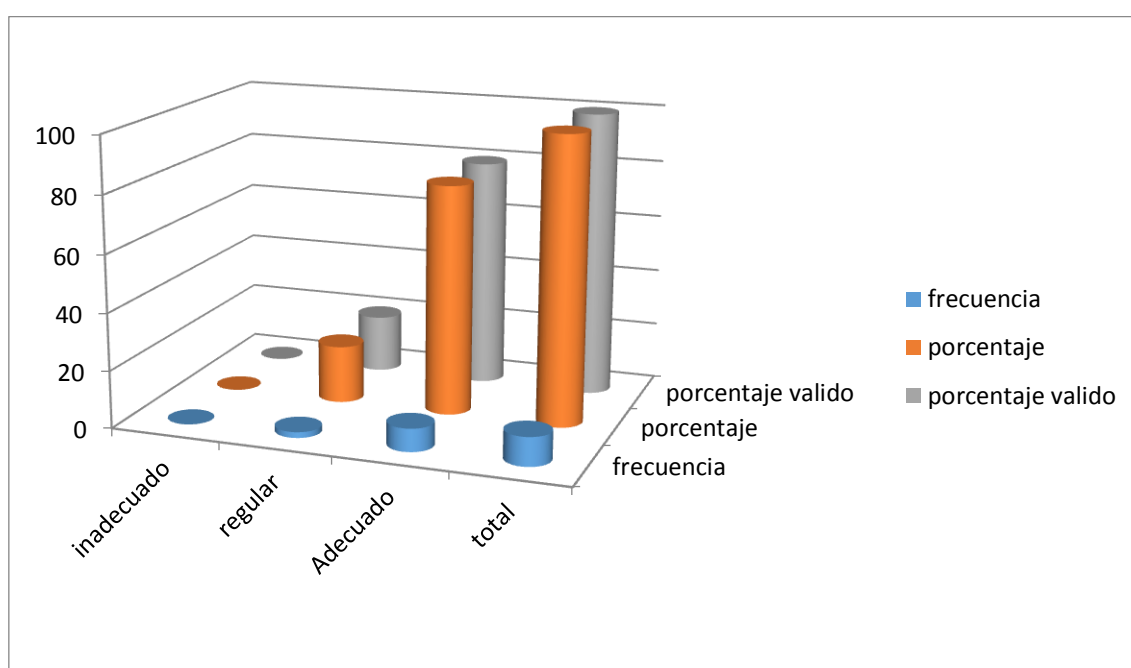


Figura 18. Nivel de atención a la queja del cliente- dimensión queja del cliente

Interpretación

El 80% de clientes de las MYPE percibe que la atención a la queja del cliente en el restaurante es de nivel Adecuado y el 20 % percibe que es de nivel moderado.

Tabla 21
Nivel de percepción de la dimensión fidelidad del cliente

	Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	DESFAVORABLE	00	0%	0%
	MODERADO	01	10%	10%
	FAVORABLE	09	90%	90%
	TOTAL	10	100%	100%

Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE 2019

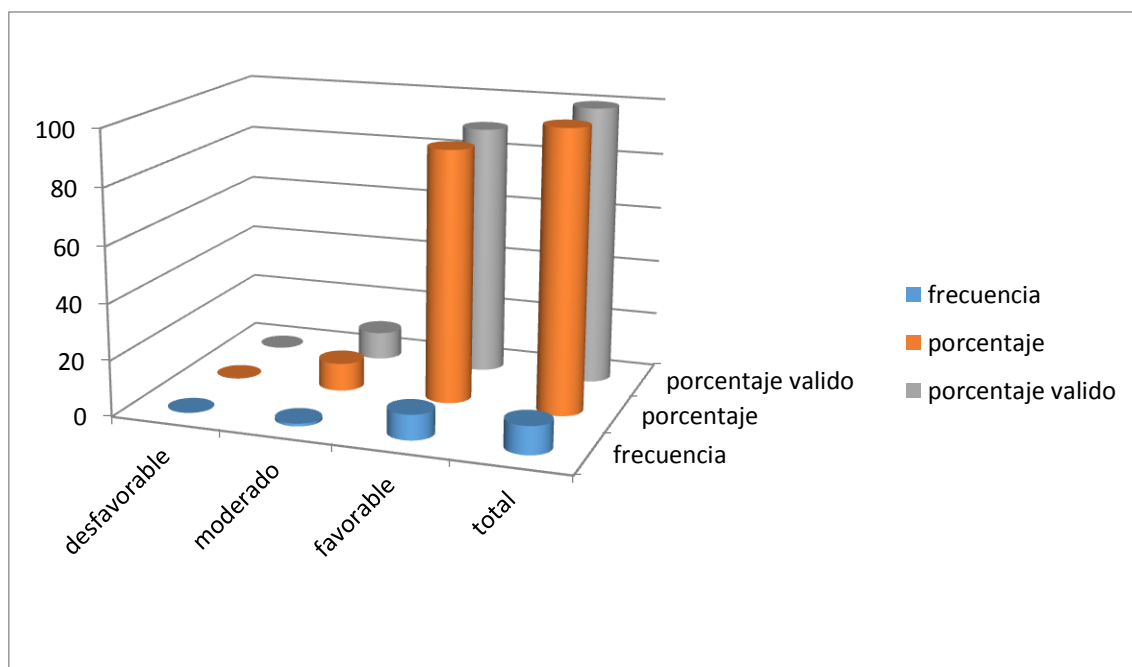


Figura 19. Nivel de percepción de la dimensión fidelidad del cliente

Interpretación

El 90% de representantes de las MYPE percibe que la dimensión fidelidad del cliente en el restaurante es de nivel favorable y el 10% es percibe que es de nivel moderado.

4.2 Análisis de los resultados

Sobre las características de los representantes

Los resultados de la encuesta realizada al representante del restaurante registran que el 100% tiene edad que está entre los 31 a 50 años. Este representa una edad en que el empresario ya tiene algo consolidado con respecto a la familia y a la empresa. Tiene objetivos claros, sabe lo que quiere y conduce su vida empresarial a buen puerto.

El 100% de los empresarios es de género masculino, es importante recordar aquí que en esta época muchas de las actividades que anteriormente eran asumidas por las mujeres, ahora son asumidas también por los varones. Las personas ambos géneros en la actualidad han asumido papeles importantes y responsabilidad de gran nivel.

El 100% de los empresarios tienen un grado de instrucción de nivel superior, como se puede apreciar aquí el empresario ha tenido una preparación técnica y/o universitaria, lo que le proporciona competencias especiales ya que se puede valer por sí mismo para emprender una empresa.

El 100% de los restaurantes tiene como representante al mismo dueño.

El 100% de los representantes se encuentra en el cargo más de 4 años, ello corresponde a decir que sus negocios posiblemente tengan esa cantidad de años, pues con ello se demuestra que el representante ha empezado su emprendimiento en una edad que oscila entre los 18 a 30 años de edad, pues antes ha ganado experiencia trabajando en negocios similares o tal vez por la destreza de uno de sus familiares o cónyuges con quienes emprendieron el negocio.

Sobre las características de las MYPE

Sobre el tiempo de permanencia en el mercado, se tiene que el 100.0% tienen entre 1 a 5 años en el mercado, este resultado concuerda con el tiempo en que los representantes asumieron el papel o cargo de dueños de la empresa. Así también demuestra que son

empresas que son relativamente nuevas y que tienen cierta experiencia en el mercado, no son improvisados y además están pasando la barrera de los 3 primeros años que es donde se registra la mayor cantidad de deserción o cierre del negocio.

La cantidad de trabajadores que presenta este restaurante está entre 6 a 10 trabajadores. También es necesario resaltar que la locación donde se encuentran este restaurante es altamente concurrida por transeúntes, razón por la cual tiene demanda y es necesario que tengan personal para tener un servicio rápido y adecuado.

En relación a la pregunta anterior, se tiene que el dueño tiene parentesco con respecto a algunos de sus trabajadores, es decir tiene personal que es su familia y personal que no tienen ningún vínculo. En una micro y pequeña empresa esta característica es frecuente, pues los inicios de una MYPE en su mayoría son con los familiares y posteriormente conforme van creciendo y la demanda lo amerita, van contratando personal, pues en su familia posiblemente no encuentren las personas idóneas. A parte que siempre hay conflictos de interés en el núcleo familiar.

En cuanto al objetivo de crear la empresa, es necesario aclarar que la empresa se crea para generar ingresos como es lógico.

Sobre el tipo de constitución empresarial, se tiene que el 100% de la mype está en la modalidad de personas naturales, pero conforme vaya creciendo es posible de conforme como una S.A.C., lo que le permitirá darle una mejor imagen a la empresa con relación al sector financiero y a la garantía hacia los proveedores y clientes.

Sobre las características de la gestión de calidad

El 100 % de las MYPE, percibe que la gestión de calidad actual es de nivel favorable. Ello implica que realiza procesos de planeación de la calidad, así también desarrollo un plan de control de la calidad y finalmente implementa mejoras de acuerdo a las tendencias del mercado. Aquí es importante mencionar que las empresas tienen la

tendencia de mejorar y satisfacer al cliente, pues saben que si no hacen ello pueden ser efímeras en el mercado. Es por ello que se preocupan por planificar la calidad, controlar que todo vaya bien y que la atención al cliente sea la mejor y también la comida sea deliciosa y al gusto del paladar del cliente. De acuerdo a la respuesta, este restaurante cumple con este requisito.

El 100% de los restaurantes realiza el proceso de planificación de la calidad, la planificación implica el planteamiento de objetivos a corto y mediano plazo, por ser una empresa que vive el día a día y que tiene que estar acorde a las exigencias del mercado. También en este aspecto debe conocer a los clientes, en el sentido de saber qué es lo que quiere, qué es lo que le gusta, qué satisface su paladar, pues en función a ello debe elaborar los platos y también mejorar su servicio. Sumado a ello la empresa elabora un conjunto de políticas enfocadas a la preservación de la calidad en su organización.

De acuerdo a los resultados reportados el 100% de los restaurantes tiene un nivel alto en la dimensión control de la calidad, ello implica una gran responsabilidad por el mantenimiento por un nivel alto de calidad en su servicio. Además en el lugar donde se encuentran la exigencia de los clientes es alto, sumado a ello que existe un mecanismo de reclamo como es el “libro de reclamaciones”, el cual está a disposición del cliente en caso se sienta insatisfecho sienta que ha sido mal tratado en el establecimiento.

En cuanto a la dimensión mejorar la calidad, se tiene que el 100% de las MYPE se sitúa en un nivel favorable, ello significa que el restaurante tiene un alto concepto del buen servicio y está enfocado al cliente. De acuerdo a la teoría de Juran (1996), la mejora continua consiste en estar siempre a la expectativa de las mejoras que se pueden realizar, las nuevas tendencias, los cambios que se producen en los clientes y en general del mercado donde actúa la empresa.

Sobre las características de la atención al Cliente

En cuanto a la variable atención al cliente, la organización de este estudio percibe que es de nivel favorable. Ello implica que la calidad en la atención al cliente que se realiza en el restaurante es buena, se hace un trabajo eficiente, pero se necesita mejorar en forma continua. Es decir se deben analizar aspectos como la comunicación eficaz que se da en la organización cuando se realiza la atención al cliente. Una condición necesaria es la inteligencia emocional de los trabajadores para poder tolerar, conversar, negociar y ser empático con los clientes.

La expectativa de los clientes en el restaurante es de nivel favorable, esto es un buen indicador ya que utiliza técnicas de gestión de calidad dentro de su empresa, la cual es un medio para contribuir a mejorar su rendimiento, cumpliendo de manera eficiente las exigencias de los clientes. En una empresa de servicio donde hay el servicio de atención al cliente y este observa todo alrededor entonces debe ser de calidad y eficaz.

La calidad que percibe el cliente respecto a una atención personalizada, es adecuada, ya que esta se realiza rápida dentro del tiempo considerado por los clientes, lo cual le genera satisfacción y la posibilidad de ser recomendado a otras personas.

En cuanto a las quejas de los clientes, es calificado como adecuado, debido a que a los responsables de área, escuchan, atienden y brindan soluciones dentro del establecimiento ante alguna queja o reclamo.

En cuanto a la fidelidad del cliente es de nivel favorable, ello implica que la empresa aplica gestión de calidad en el servicio de atención al cliente, lo cual contribuye a la imagen y al estatus de la empresa dentro del mercado, manteniendo fidelizados a sus clientes y satisfechos, es decir, tiene conciencia de que la buena atención al cliente, le permite posicionarse en el mercado, tener clientes fieles y a la vez el de ser los preferidos por los clientes.

V. Conclusiones

Sobre las características de los representantes

El representante de la Mype tiene una edad comprendida entre 31 a 50 años, es de sexo masculino, tiene preparación superior y es el dueño y administrador de la empresa con más de cinco años en el mercado.

Sobre las características de las MYPE

El restaurante tiene entre 4 a 6 años de funcionamiento en el mercado, cuentan trabajadores que están en el rango de 1 a 5 y de 6 a 10 empleados, no tienen parentesco con los trabajadores y su potencial humano es mixto, entre familiares y no familiares.

La finalidad de creación de la MYPE fue para generar ganancias, es una empresa de constitución persona natural.

Sobre las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de la MYPE del sector servicio.

El representante está aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo prioriza la planificación de sus actividades. Ello implica que la calidad en la atención al cliente que se realiza en el restaurante es bueno, se hace un trabajo eficiente, pero necesita mejorar continuamente.

La expectativa de los clientes es favorable, ya que en la empresa se utiliza técnicas de gestión de calidad, la cual es un medio para contribuir a mejorar su rendimiento, cumpliendo de manera eficiente las exigencias de los clientes.

La calidad que percibe el cliente respecto a una atención personalizada, es favorable, ya que esta se realiza rápida dentro del tiempo considerado por los clientes, lo cual le genera satisfacción y la posibilidad de ser recomendado a otras personas. Sumado

a ello se tiene que las quejas y reclamos de los clientes son escuchados y se brindan las soluciones pertinentes.

La empresa aplica gestión de calidad en la atención al cliente, lo cual contribuye a la imagen y al estatus de la empresa dentro del mercado, manteniendo fidelizados y satisfechos a sus clientes, es decir, tiene conciencia de que la buena atención al cliente, le permite posicionarse en el mercado, tener clientes fieles y a la vez el de ser los preferidos por los clientes.

VI. Recomendaciones

Continuar con los procesos de planificación, control de calidad y mejora continua de manera sostenida, incorporando recursos tecnológicos e informáticos que automaticen el proceso, contribuyendo al crecimiento y consolidación empresarial de la mype.

Incorporar dentro de la capacitación del personal los valores socioculturales propios de la zona, con el fin de darle un valor agregado al producto, garantizando de esta manera la satisfacción y fidelidad del cliente.

Delegar funciones operativas y de control con el objetivo de implementar nuevas estrategias comerciales e ideas de negocios afines y complementarias al rubro.

Referencias bibliográficas

- Acosta, J. (2011). *Trabajo en equipo*. ESIC Ediciones. Madrid, España. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=PN3o6Y3NTA0C&printsec=frontcover&dq=trabajo+en+equipo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiW8onjp-HkAhWiVN8KHYpmCKIQ6AEILzAB#v=onepage&q=trabajo%20en%20equipo&f=false>
- Arroyo Díaz, P. (2017). *Diseño de un modelo de gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako's Grill S.A.C. - Chiclayo 2015-2016* (Tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porres, Chiclayo, Perú. Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3351>
- Chorro, M. (2010). *Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas: el caso de El Salvador*. Serie Financiamiento del Desarrollo. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=2SajXl3E8uQC&pg=PA17&dq=definicion+de+micro+y+peque%C3%B1a+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiItNuXz8fkAhXxp1kKHQxkBocQ6AEIKDAA#v=onepage&q=definicion%20de%20micro%20y%20peque%C3%B1a%20empresa&f=false>
- Barrientos Pizarro, F. (2019). *Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las Mypes, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Sullana, Perú. Recuperado de [FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_BARRIENTOS_PIZARRO_FELIX_ARMANDO .pdf](#)

Burgos Gonzales, D. (2017). *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana Ntsusna 008* (Tesis de pregrado). Universidad Libre de Colombia. Recuperado de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Campos Chávez, R. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Sullana, Perú. Recuperado de [ATENCION_DE_CALIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CAMPOS_CHAVEZ_ROXANA_MAGALI.pdf](#)

Delgado Moreira, C. (2017). *Análisis de la gestión de calidad de los servicios en A&B en el Complejo Club Garza Roja del Cantón Nobol de la Provincia del Guayas* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil. Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14003>

Gaviria Justo, A. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Lima, Perú. Recuperado de [GESTION_ATENCION_GAVIRIA_JUSTO_ANA_VICTORIA.pdf](#)

Gómez Marcel, M. (2006). *Introducción a la metodología de investigación científica*. Editorial Brujas. Córdoba, España. Recuperada de <https://books.google.com.pe/books?isbn=9875910260>

- Grasso, L. (2006). Encuestas. Elementos para su diseño y análisis. Córdoba. Encuentro Grupo Editor. Recuperada de <https://books.google.com.pe/books?isbn=9872302235>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación. 6° Edición. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Hurtado Bautista, F. (2019). *La Gestión De Calidad y su influencia en los beneficios De Las Mypes del sector servicio-Rubro Restaurantes del ovalo de Santa Anita, Distrito de Santa Anita, Lima 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11207>
- Irurita Alzuela, J. (2012). *Sistemas de gestión de la calidad*. (Tesis de pregrado). Universidad Pública de Gamarra. Escuela Superior de Ingenieros Técnicos Industriales y de Telecomunicaciones. Pamplona. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/70c3/84d03576e295edbb9e6bc34ebb789c022275.pdf>
- ISO 9001 (2018). ¿Qué es la gestión de calidad?. Recuperado de <https://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>
- Juran, J.M. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad*. Ediciones Díaz de Santos. Madrid, España. Recuperada de <https://books.google.com.pe/books?isbn=848718944X>
- Lizarzaburu Bolaños, E. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Revista Universidad y Empresa*. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>

- López Mosquera, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>
- Morales Vera, R. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las MYPES del sector servicio – rubro Restaurantes, de la Urbanización Los Cedros de Villa, Distrito De Chorrillos, Lima 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11183>
- Naghi Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación*. Editorial Limusa. México. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=9681855175>
- Restrepo Vélez, L. (2018, enero, 15). Infografía. 7 herramientas básicas de la calidad. *Minuto de Dios*. Recuperado de <http://mdc.org.co/herramientas-basicas-de-la-calidad/>
- Riquelme, M. (2017, noviembre, 15). La Importancia de la gestión de la calidad. Recuperado de <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- SENA (2006). *Industria de la panificación y la repostería*. Colombia. Recuperada de <https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/11404/2146/1/3098.pdf>
- Muñoz, J. (2012). *La ingeniería del Lean Manufacturing*. Corporación Industrial Minuto de Dios.

Anexos

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta de tesis

Nombre de la tesis: *Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la MYPE del Sector Servicio-Rubro Restaurante La Santa Resto Bar, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018.*

Instrucciones: Marque solo una de las siguientes alternativas por cada interrogante de acuerdo a su opinión

Encuestado(a):.....Fecha:

...../...../.....

Escala valorativa				
Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Características del representante

1	Edad del empresario	18 – 30	31- 50	51 a más	
2	Género	Femenino		Masculino	
3	Grado de instrucción	Primaria	Secundaria	Técnica	Superior
4	Cargo en la empresa	Dueño		Administrador	
5	Tiempo que desempeña el cargo	0 a 3 años	4 a 6 años	7 a más años	

Características de las MYPE

6	Tiempo en el mercado	0 a 3 años	4 a 6 años	7 a más	
7	Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	6 a 10 trabajadores	11 a más trabajadores	
8	Parentesco con el trabajador	Familiar	Ninguno	Ambos	
9	Objetivo de crear la empresa	Generar ganancia		Subsistencia	
10	Tipo de constitución empresarial	Persona Natural	EIRL	SRL	SAC

Características de la gestión de calidad

N°	Ítems	Escala de Likert				
V2: Gestión de Calidad						
D1: Planificar la calidad						
11	El representante de la empresa elabora planes durante el año para mejorar la calidad del servicio	1	2	3	4	5
12	La empresa se esfuerza en adecuar los servicios (Atención y platos de comida) que brinda a las necesidades del cliente	1	2	3	4	5
13	La empresa establece políticas adecuadas que contribuyen a la calidad del servicio	1	2	3	4	5
D2: Control de la calidad		Escala de Likert				
14	La empresa implementa los planes elaborados al inicio del año	1	2	3	4	5
15	La empresa evalúa la calidad del servicio y lo compara con los objetivos	1	2	3	4	5
16	La empresa corrige las diferencias identificadas entre el servicio actual y los objetivos	1	2	3	4	5
D3: Mejora de la calidad						
17	La empresa invierte recursos necesarios para mejorar el servicio	1	2	3	4	5
18	La empresa identifica los nuevos cambios en las preferencias del cliente y los implementa de manera rápida	1	2	3	4	5
19	La empresa sistematiza las experiencias para mejorar la calidad del servicio	1	2	3	4	5

Características de la Atención al Cliente

N°	Ítems	Escala de Likert				
V1: Atención al Cliente						
D1: Expectativas del Cliente						
20	Están conforme con el producto que ofrece	1	2	3	4	5
21	El servicio brindado es el adecuado	1	2	3	4	5
D2: Calidad Percibida		Escala de Likert				
22	La atención brindada es personalizada	1	2	3	4	5
23	Los colaboradores son fiables al momento de brindar el servicio	1	2	3	4	5
D3: Queja del Cliente		Escala de Likert				
24	Los colaboradores escuchan con atención los pedidos	1	2	3	4	5
25	Al momento de presentar una queja se brinda una solución inmediata	1	2	3	4	5
D4: Fidelidad del Cliente		Escala de Likert				
26	La atención que se les brinda es satisfactoria					
27	El retorno al restaurante es por el buen servicio					

Muchas gracias por su atención

Anexo N° 2

1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Cronograma

N°	ACTIVIDAD (MES/SEMANA)	Abril				Mayo				Junio			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Informe final integrado	X											
2	Carátula del informe final	X											
3	Cronograma de trabajo		X										
4	Primer borrador del informe final		X										
5	Segundo borrador del informe final			X									
6	Primer borrador del artículo científico				X								
7	Levantamiento de observaciones del artículo científico					X							
8	Levantamiento de observaciones del informe final					X							
9	Tercer borrador del informe final						X						
10	Segundo borrador del artículo científico						X						
11	Primer borrador de la ponencia						X						
12	Tercer borrador del artículo científico							X					
13	Segundo borrador de la ponencia							X					
14	Revisión del informe final por MOIC								X				
15	Revisión del Artículo Científico por MOIC								X				
16	Revisión de la ponencia por MOIC								X				
17	Sustentación del informe final de investigación									X			

2. PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros			
• Impresiones	0.25	1000	250
• Fotocopias	0.10	500	50
• Empastado	200	1	200
• Papel bond A-4 (500 hojas)	15	4	60
• Lapiceros	2	10	20
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje	350	2	700
• Pasajes para recolectar información	2	10	20
Sub total	619.3 5	1709	1400
Total de presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			2052

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante

ANEXO 3

CUESTIONARIO QUE SE APLICÓ AL REPRESENTANTE DE LA MYPE DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTE LA SANTA RESTO BAR, DEL DISTRITO DE SAN NICOLÁS, PROVINCIA RODRÍGUEZ DE MENDOZA, REGIÓN AMAZONAS, EN EL AÑO 2018.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la MYPE para desarrollar el trabajo de investigación titulado: *Gestión de Calidad en Atención al Cliente en la MYPE del Sector Servicio-Rubro Restaurante La Santa Resto Bar, del distrito de San Nicolás, Provincia Rodríguez de Mendoza, Región Amazonas, en el año 2018.*

Instrucciones: a continuación, presentamos 26 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

I. GENERALIDADES

1.1. Referente al representante de la MYPE.

1. Edad

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

2. Género

- a. Femenino
- b. Masculino

3. Grado de Instrucción

- a. Sin instrucción
- b. Primaria
- c. Secundaria
- d. Superior no Universitaria
- e. Superior Universitaria

4 Cargo que desempeña

- a. Dueño
- b. Administrador

1. Tiempo que desempeña

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

1.2. Referente a las características de la MYPE.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de trabajadores

- a. 1 a 5 trabajadores
- b. 6 a 10 trabajadores

c. 11 a más trabajadores

1. Las personas que trabajan en su empresa son:

a. Familiares

b. Personas no familiares

c. Familiares y Personas no Familiares

9. Objetivo de creación

a. Generar Ganancia

b. Subsistencia

10. Tipo de constitución de la empresa

a. Persona Natural

b. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)

c. Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

d. Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)

e. Sociedad Anónima (S.A.)