



UCT

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO
DE MORO, 2018**

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

AUTORA

CRUZ JARAMILLO, MELISA YADIRA

ORCID: 0000-0002-6191-3140

ASESOR

REBAZA ALFARO, CARLOS ENALDO

ORCID: 0000-0002-5066-5794

CHIMBOTE-PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Cruz Jaramillo, Melisa Yadira

ORCID: 0000-0002-6191-3140

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

ASESOR

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

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

JURADO

Morillo Campos, Yuli Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vazques, Miguel Angel

ORCID: 000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Angel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066- 5794

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios quien fue mi guía durante este largo camino que he recorrido, por bendecir mi hogar y darme todo lo que tengo ahora.

Decicado tambien a mi universidad uladech católica los ángeles de chimbote, por facilitarme todos los medios para poder cumplir con el objetivo principal de la investigación.

Finalmente agradecer de forma muy especial al Mgtr. Carlos Rebaza Alfaro por su asesoramiento a lo largo de estas diferentes etapas de la investigación con el fin de lograr el objetivo trazado.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicada especialmente a mi familia por el apoyo incondicional que me brindó en esta etapa de mi formación, por las cuales estoy cumpliendo una de mis metas trazadas.

A mi madre y a mi padre por darme el apoyo incondicional en el proceso de elaborar mi proyecto y también por los valores y principios con los cuales me formaron.

A mí persona por no bajar la guardia, y nunca rendirme en los momentos difíciles, que se me presentó en el proceso de la elaboración de mi proyecto

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018. Será de tipo cuantitativo, de diseño no experimental, transversal y descriptivo, la población muestral de 11 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento con un cuestionario de 23 preguntas y los siguientes resultados fueron: La mayoría (55%) de los representantes son de género masculino. La mayoría (91%) de los representantes manifiestan que son dueños. La totalidad (100%) cuentan entre 1 a 5 trabajadores. La mayoría simple (46%) tienen conocimiento del término gestión de calidad. La totalidad (100%) conoce la técnica de atención al cliente. La totalidad (100%) la gestión de calidad ayuda al rendimiento del negocio. La mayoría (55%) mencionan que la fidelización es uno de los resultados de una buena atención al cliente. Se concluye que los principios de la gestión de calidad en el cual los representantes de las empresas se enfocan más en sus clientes, ya que son fundamentales para el crecimiento del negocio, así mismo crea beneficio en la rentabilidad de las empresas en Distrito de Moro.

Palabras clave: Atención, Calidad, Cliente, Gestión, Representantes

ABSTRACT

The purpose of this research work was to determine the main characteristics of quality management in customer service in micro and small companies in the service sector, restaurants in the district of Moro, year 2018. It will be quantitative, design type Non-experimental, cross-sectional and descriptive population of 11 micro and small businesses to which the survey technique and the instrument were applied with a questionnaire of 23 questions and the following results were: The majority (55%) of the representatives are of male gender. The majority (91%) of the representatives show that they own. All (100%) have between 1 and 5 workers. The simple majority (46%) have knowledge of the term quality management. The totality (100%) knows the technique of customer service. The totality (100%) quality management helps business performance. The majority (55%) mention that loyalty is one of the results of good customer service. It is concluded that the principles of quality management in which the representatives of the companies focus more on their clients, since they are fundamental for the growth of the business, likewise create benefits in the profitability of the companies in the District of Moro.

Keywords: Attention, Quality, Customer, Management, Representatives

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del Jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstrac.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revision de la literatura.....	9
III. Hipótesis.....	44
IV. Metodología.....	45
4.1. Diseño de la investigación.....	45
4.2. Población y muestra.....	46
4.3. Definición y operación de las variables e indicadores.....	47
4.4. Tecnicas e instrumentos de recolección de datos.....	53
4.5. Plan de análisis.....	53
4.6. Matriz de consistencia.....	54
4.7. Principios éticos.....	56
V. Resultados.....	58
5.1. Resultados.....	58
5.2. Analisis de resultados.....	63
VI. Conclusiones.....	74
Aspectos complementarios.....	76
Referencias bibliograficas.....	77
Anexos.....	87

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Moro, año 2018.....	58
Tabla 2. Características de las mypes del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Moro, año 2018.....	59
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente.....	60

Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad.....	96
Figura 2. Género.....	96
Figura 3. Grado de instrucción.....	97
Figura 4. Cargo que desempeña.....	97
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	98
Figura 6. Tiempo de permanencia en la microempresa.....	98
Figura 7. Número de trabajadores.....	99
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa.....	99
Figura 9. Objetivo de creación.....	100
Figura 10. Conocimiento del término de gestión de calidad.....	100
Figura 11. Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad.....	101
Figura 12. Dificultad de los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad.....	101
Figura 13. Técnica para medir el rendimiento de los trabajadores.....	102
Figura 14. Gestión de calidad en el rendimiento del negocio.....	102
Figura 15. Alcanza los objetivos y metas de la empresa.....	103
Figura 16. Conocimiento del término de atención al cliente.....	103
Figura 17. Gestión de calidad en el servicio al cliente.....	104
Figura 18. Atención al cliente es fundamental.....	104
Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad.....	105
Figura 20. Factores de calidad de servicio.....	105
Figura 21. Atención brindada.....	106
Figura 22. Descargo de una mala atención.....	106
Figura 23. Resultados de una buena atención.....	107

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas en el Perú comienzan a tomar fuerza cuando la economía peruana comienza a centrarse en la actividad industrial con las ciudades más grandes (Arequipa, Trujillo, Chiclayo) donde es más rescatables en el sector textil y confecciones, este sector no se requiere mucha inversión, ni tampoco mano de obra, otro sector también es el de metal mecánica que se crea en los años 70 donde el estado inicia con algunas empresas para fabricar maquinarias para la agricultura, hoy en día estas empresas ya no existen pero queda una experiencia que en la actualidad los realizamos, y el otro de gran importancia que alcanza en el proceso de expansión que es el cuero y calzado donde se empezó en la ciudad de Trujillo en la década 70 en la época que se aplicó la reforma agraria por lo que se consta de un vínculo directo en la fuentes principales de la maquinaria prima que es el cuero, de esta manera se inició en segmento denominado las micro y pequeñas empresas, que surgió en aporte de la masa empresarial, nos referimos (villa el salvador, Malvinas, mesa redonda y gamarra) y posteriormente e formaron asociaciones por el interior del país, donde ya empezó la exportación a nivel internacional (galeón s,f).

Internacionalmente donde se considera como una fuente principal de generador de empleo nivel internacional que han servido tanto para resaltar como un crecimiento económico. A pesar de conocer la gran importancia de la atención al cliente en diferentes países, muchas de ellas tienen problemas, puede ser por la falta de atención a los clientes

por parte de los empleados, brindar malas informaciones, etc. y de diferentes aspectos más que puede ocurrir tanto a nivel nacional o internacional.

España las micro y pequeñas empresas son desarrolladas, donde obtienen la generación del empleo y aportan el 5% de los ingresos por empresas, en el sector servicio tiene una mejora en los niveles de calidad y en cuanto a la gestión de calidad en atención al cliente según asociación española de la normalización y certificación menciona “que hoy en día los productos y servicios reconocemos internacionalmente” donde actualmente cuenta con una certificación establemente desarrollado (cinco días, 2016).

Costa Rica las micro y pequeñas empresas entre el 2012 y 2017, han aumentado las organizaciones, siendo en el 2012 con 15. 277 pequeñas empresas y aumentando en el año 2017 con 16. 900 pequeñas empresas que sirvieron de referencias el total de las empresas del sector servicio en el año 2017. En cuanto a la gestión de calidad consiste en implementar un modelo de atención único para las mypes, de manera que pueda a incorporar conocimiento en recursos para las micro y pequeñas empresas, que podrían mejorar sus procesos y así podrían responder afectivamente las demandas de los clientes (Dini y Estumpo 2018).

Chile el Ministerio de Economía Fomento y Turismo (MINECON 2017) menciona que durante el primer semestre del 2017 se dio a conocer la cuarta generación longitudinal de empresas con un total de 325 334 empresas, alcanzando a todo nivel sector económico y según la ventas dicho esto las mypes lograron alcanzar un 51.9% con mayor participación dentro de la distribución de la empresa, de igual manera le sigue las microempresas con un 44.9% a nivel del sector económico los 5 fueron los más

predominantes: el comercio 34.5%, transporte y almacenamiento 10.5% industria 10.2%, agro- Silvicultura y pesca 10.1% y construcción 9.8%.

Chile las pymes en atención al cliente en los últimos años han cambiado los hábitos de la vida cotidiana, ahora lo que buscan es estar más seguro, en ese contexto la alimentación que juega un rol importante ya que los consumidores marcan unas exigencias de la cadena alimenticia provocando consumir comidas enlatadas, en las pymes en atención al cliente en el sector gastronómico, como son los restaurantes, según Schmal y Olave (2014) afirma que: los “clientes más valoran en un restaurante son: el tiempo de atención, el precio, la colocación el ambiente y la calidad de comida”.

Colombia en el año 2011 ascendió al puesto 26 tras una larga transformación económica, donde le permitió ser la cuarta economía de América latina y caribe. Dicha evolución ha llevado que el micro empresas y pequeñas y medianas empresas se hayan convertido las protagonistas de primer orden por su impacto de diferentes indicadores macroeconómicos, donde las MiPymes alcanzan alrededor del 67% del empleo y aportan el 28% de producto interno bruto, donde encontramos un 94.7% de las empresas registradas son microempresas y el 4.9% pequeñas y medianas (NADAL,2016).

En cuanto al atención al cliente en el rubro de restaurantes lo toman más importancia en la calidad de la comida y la atención al cliente, y otro punto importante donde influye la satisfacción del comensal es el precio, ya que entre menos coincidan los restaurantes con el precio actual con la expectativa, menor es el nivel de satisfacción del comensal.

Argentina en el año 2015 las mypes mostraron un deterioro según la encuesta realizada con la confederación argentina, donde muestra que 770 empresas mostraron el 7% de rentabilidad negativa y el 30% tuvo un nivel satisfactorio, la situación se toma un poco más delicada ya que las mypes utilizan sus ganancias para su inversión y crecimiento por lo que de esta manera esta es riesgo miles de empresas y empleados (Robredo, 2015).

En lo que es en el sector gastronómico se caracteriza más por la carne de vaca, donde se considera un país comunista de proteínas como por ejemplo están las comidas criollas, italianas y se identifica también por el consumo de mate que es una bebida de hierba, en cuanto a la alimentación del país mayormente las comidas están centrados en base de trigo que pueden ser (el pan, galletas, panificados, masa, pizza, empanada) y carnes rojas (carne de vaca) donde se considera que tiene un alto índice de población con sobrepeso, y desnutridos, en cuanto al enfoque de atención al cliente, en argentina se encuentra en el puesto 22 de la categoría (saludo cordial y la calidad de atención al cliente), por lo que se rescata que argentina es uno de los países con una buena atención al cliente.

Bolivia las micro y pequeñas empresas en la actualidad se han incrementado desde el año 2017 que se contó con una actividad de 295, 829 empresas en general donde en la actualidad cuentan 296, 291 empresas ya que se generó un crecimiento del 4% donde a si mismo las empresas por las que más entran en las competencias son las mypes del sector servicio (Fundaempresas,2018).

De la misma manera las micro y pequeñas empresas específicamente a los restaurantes en los 10 últimos años han tenido un enorme crecimiento con el 30% en el aumento de las ventas, en cuanto a la atención al cliente donde los platos más demandas

son la carne de res, parrilladas, truchas, sopa de maní etc. El consumo de la población siempre está vinculado a la familia bolivianas donde se muestran una mejora en la economía donde influye bastante el servicio de atención al cliente ya que las mypes tiene como objetivo brindar una satisfacción a los comensales con el objetivo de que puedan regresar por la calidad de servicio brindado por las empresas a si mismo también regresar por la calidad de servicio brindado por las empresas a si mismo también pueda ver una mejora en cuanto a las ganancias y la productividad en el mercado (Perú Reatil 2018).

Perú las micro y pequeñas empresas es el que más produce y fomenta la generación de empleo, cabe mencionar que el rendimiento empresarial de las mypes donde tiene una participación del 24% en el PBI, así mismo el Ministerio de Producción manifestó que el sector aporta el 85% del empleo en el país ya que cada 100 puestos de trabajo 85 generan gracias a las micro y pequeñas empresas, donde se menciona que hay muchas mypes informales que es necesario ayudarlas a formalizar para que a si genere más empleo laboral no solo con la generación de puestos sino también para que paguen sus impuestos y seguro social y todo lo que implica a la formalización donde también se menciona que el 50% y 60% en las empresas son formales quien sostuvo en ministerio de producción (chau, 2018).

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) afirmo que: del año 2016 a julio del 2018 la actividad del sector restaurantes aumento con un 2.20% en otras actividades de servicio de comidas aumento el 5.97%, servicio de bebidas 1. 15% cuando se menciona del sector restaurantes que compete en el rubro, comidas rápidas, sandwicheras en crecimiento que obtuvieron debido a las campañas publicitarias donde se

produjo nuevas combinaciones de marketing en el cual favorecía a la clientela como también el uso aplicativo de delivery como aplicación de zona de reparto y por los que son cevicherías, cafés restaurantes y restaurantes turísticos presentan disminución por cierta escases de producto marinos y el alza de precios.

Región Áncash

DEMI (2016) menciona que:

Ancash es una de las que aportan al AVB (valor agregado bruto) donde se considera que es la sexta región que aporta a nivel nacional, las actividades que se realiza en Ancash principalmente son la minería, manufactura, construcción y comercio de la misma manera sobresale como el primer producto de cobre donde ha sido aportado con el 20.9% en el año 2014 a nivel nacional. Cuando hablamos de las empresas formales se puede mencionar que en Ancash tiene 2.9% de las mipymes a nivel nacional es decir que Ancash tiene 8 mipymes de cada 100 personas de la misma manera en Áncash podemos decir que el 80% de empleo e informal y el 20% es formal y el sector que más sobresale es el sector agropecuario con un 35.4%, el sector servicio con 32.5% y los que le siguen en el ranking construcción 17.0% manufactura 7.3% comercio 5.6% pesca 1.5% minería 7% (p20).

En cuanto respecta al servicio de atención al cliente en los restaurantes la mayor parte es considerada como formales mayormente en Áncash en la atención al cliente es deficiente, debido a la falta de interés que le ponen los empresarios a la gestión de calidad

de servicio a los clientes, también por la falta de interés y la disponibilidad por parte de los empleados hacia los clientes de los restaurantes.

Moro las micro y pequeñas empresas prácticamente son consideradas informales la mayor parte por motivos que no hay supervisión de la misma municipalidad, y en cuanto al servicio de atención al cliente en los restaurantes no brindan un buen servicio a los comensales por motivos de que no plantean una estrategia para la productividad de las mypes. En este caso se plantea el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018? Para desarrollar con este problema se planteó un objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018.

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

- Identificar las características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018.
- Describir las características en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018.
- Precisar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, restaurantes en el Distrito de Moro, 2018.

En la presente investigación se justifica para determinar las características de los representantes en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018. Así mismo nos permitirá conocer las características de las micro y pequeñas empresas en el Distrito de Moro, 2018. también nos permitirá determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el Distrito de Moro, 2018. De igual manera nos permite conocer el comportamiento de las organizaciones de acuerdo a la atención al cliente y plantear estrategias para mejorar, también es importante para los mismos dueños de la empresa para que puedan conocer las estrategias y puedan llevar al desarrollo a la organización por medio de una buena atención al cliente. también se puede denominar como una fuente de consulta para otros estudios de mayor profundidad, lo que deseen conocer las características de base a la atención al cliente.

En la metodología que se utilizó en la presenta investigación será de tipo cuantitativo de nivel descriptivo y de diseño no experimental-transversal en la cual se elaboró en un espacio y tiempo determinado, contando con un inicio y un fin específicamente el año 2018, la cual se emitió un cuestionario de 23 preguntas donde se aplicará la técnica de la encuesta en una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas, donde los resultado fueron obtenidos de la siguiente manera, con respecto a la edad de los representante el 60% tiene entre 31-50 años, el 55% de los representantes son de género masculino, el 100% de la micro y pequeñas empresas cuentan entre 1 a 5 trabajadores, el 55% de las personas que trabajan en la empresa son personas no familiares, el 73% de las empresas usa la técnica de la observación para medir el

rendimiento de los trabajadores, el 91% mencionan que los factores de calidad de servicio son la rapidez en la entrega de productos. Se concluye que la mayoría de los representantes aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, lo cual se muestra que están dirigidas por adultos, ya que son personas que durante el transcurso de los años fueron ganando la experiencia y conocimientos necesarios para poder crear una micro y pequeña empresa y pueda utilizar estrategias para lograr el rendimiento de la empresa en gran medida y que mejore la calidad de servicios al cliente y pueda crecer la empresa con prestigio.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

López (2018) en su trabajo de investigación *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* para poder realizar el trabajo de investigación se estableció un objetivo general: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente, y consta de objetivos específicos: Describir los principales conceptos y teorías que sirvan de fundamento para evaluar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Realizar un diagnóstico de la situación actual del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil a través de un análisis Foda, cinco Fuerzas de Porter y Pest. Realizar una investigación de campo para medir el nivel de satisfacción de los clientes en el restaurante Rachy's mediante el uso de cuestionarios. Diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes. La metodología se basó en un enfoque mixto, cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención

de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: El 70% de los clientes están de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante. El 67% están de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva. El 49% de los clientes no están de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra. El 70% de los clientes están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa. El 68% de los clientes no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que los utensilios bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestados con adecuado estado de limpieza. El 40% de los clientes no están de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero. El 48% de los clientes no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez. El 46% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos. El 47% de los clientes están de acuerdo que el personal del restaurante Rachy's le comunica cuando no va a presentar sus servicios y porqué. El 41% de los clientes no están de acuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido. El 40% de los clientes no están de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos. El 40% de los clientes no están de acuerdo que el personal del restaurante les comunica como es el proceso para ser servidos. El 44% de los clientes encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que el comportamiento del personal del restaurante le inspira confianza. Se puede concluir que el cliente se encuentra satisfecho con los elementos tangibles como son: instalaciones, comida, máquinas y equipos del restaurante, en este elemento los clientes no se encuentran

satisfechos como luce el personal de servicio, con el elemento de confiabilidad los clientes se encuentran satisfechos porque el personal si muestra o brinda confianza. Los clientes del restaurante Rachy's se encuentran insatisfechos con el elemento de respuesta inmediata porque no se está brindando un servicio rápido y oportuno.

Jurado (2014) en su función de investigación *Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito* Donde se obtuvo como un objetivo general: Determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito y como objetivo específico: Determinar la situación actual del sector de alimentos y bebidas. Analizar los fundamentos teóricos, alcances y objetivos de la Norma UNE 93200:2008. Evaluar la situación actual y desarrollar un modelo de Carta de Servicios para un restaurante de lujo, que permita determinar el nivel de calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente. Establecer propuestas de solución a las falencias encontradas en la gestión del servicio y atención al cliente y los resultados fueron: El 81% de los clientes opinaron que el estado de las instalaciones es muy bueno. El 64% de los clientes opinaron que la seguridad de las instalaciones es muy buena. El 79% de los clientes opinaron que el mobiliario y los espacios son cómodos y agradables a la vista. El 93% de los clientes opinaron que la apariencia del personal es muy buena. El 92% de los clientes opinaron que el servicio prestado por el restaurante es muy bueno. El 86% de los clientes opinaron que la comida y bebida es muy buena, ya que cumplió con sus expectativas en cuanto a calidad. El 93% de los clientes calificaron como muy buena a la discreción y al

respeto dado por el todo el personal durante su permanencia en el restaurante. El 82% de los clientes opinaron que el servicio fue rápido y ágil. El 88% de los clientes opinaron que todo el personal de servicio estuvo presto a escuchar y responder sus inquietudes con mucha paciencia y agrado. El 93% de los clientes opinaron que el personal del restaurante estuvo en todo momento preocupado y pendiente de sus solicitudes. El 89% de los clientes calificaron muy bueno al conocimiento del personal. El 89% de los clientes opinaron que el personal les transmitió confianza. El 95% de los clientes calificaron como muy bueno al servicio entregado por el personal. El 86% de los clientes opinaron que el servicio recibido fue personalizado, y se puede concluir. Es importante mencionar que un porcentaje de clientes no se sintieron conformes con el servicio y atención, siendo ellos quienes ayudaron a evidenciar las falencias existentes en el restaurante. Al realizar el levantamiento de los procesos, la determinación de estándares y el involucramiento con el personal operativo.

Samanez (2019) en su proyecto de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayan, Provincia de Huaura, año 2019* Para ello se planteó un objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019, de esta manera cuenta con los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. Describir las principales

características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. Describir las principales características de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. Elaborar un plan de mejora a los resultados para la aplicación de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Sayán, Provincia de Huaura año 2019. En cuanto al tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo y diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo. Y por lo consiguientes se obtuvieron los siguientes resultados: El 64% tienen una edad de entre 31 a 50 años. El 77% de los encuestados son del sexo masculino, el 37% cuentan con el grado de instrucción técnica. El 50% de los micros y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 trabajadores. El 73% de las mypes son formales y el 27% son informales. El 54% tiene de entre 4 a 6 años en el rubro, El 70% manifestó que no aplica una Gestión de Calidad. El 37% manifiesta que no usa ninguna técnica de gestión. El 37% utilizan la técnica del Marketing, El 53% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad los precios bajos, El 37% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad. El 40% de las micro y pequeñas empresas al contratar al personal prefiere dar oportunidad de trabajo a sus amigos. El 53% de las micro y pequeñas empresas no capacitan a sus colaboradores en atención al cliente. El 57% de las micro y pequeñas empresas no se adecua a ningún factor externo cambiante. El 44% manifestaron que una buena atención de calidad contribuye a un aumento de ventas para el negocio, Se concluye en cuanto al número de trabajadores por lo que se considera que los restaurantes cuentan con una cantidad importante de colaboradores. En

cuanto a las edades la mayoría de los empresarios que constituye en una edad de 31 a 50 años, esto nos indica que las mayorías de las empresas están dirigidas por personas adultas y con experiencia en gestión del rubro. En cuanto al género se obtuvo que el 77% de los encuestados es el masculino la mayor parte tienen el grado de instrucción técnica, restaurantes tienen de 6 a 10 trabajadores, por lo que se considera que los restaurantes cuentan con una cantidad importante de colaboradores. el 73% de las Mypes son formales, esto significa que las empresas están dispuestas a gestionar cumpliendo con los reglamentos y/o normas legales. el 54% tiene de entre 4 a 6 años en el mercado, lo cual se considera que los negocios están considerados como atractivos y competentes en el mercado.

Villacorta (2018) en su trabajo de investigación *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los Jardines, Trujillo 2018* se obtuvo como un Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Para poder obtener el objetivo general se ha planteado, los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante, urbanización

los Jardines, Trujillo 2018. Elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018 Tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo, diseño trasversal- no experimental y diseño descriptivo. Y los resultados fueron. El 55% tienen entre 31 a 50 años de edad. El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas son de género Masculino. El 55% de los representantes encuestados tienen grado de instrucción superior Universitario. El 82% encuestadas son dueños y que estas como administradores de la empresa. El 45% de los representantes de las Mypes encuestados tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo. El 55% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que la permanencia de la empresa en el mercado es de más de 7 años. El 91% de los representantes de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. El 82% de los representantes de las Mypes encuestadas nos dicen que las personas que trabajan no son familiares. El 100% de los representantes encuestados manifiestan que el motivo de creación de las Mypes es para generar ganancias. El 45% si tienen cierto conocimiento del término gestión de calidad. El 100% de los representantes de las Mypes encuestadas conocen la atención al cliente. El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que las dificultades de los trabajadores no se adaptan a los cambios. El 82% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que para medir el rendimiento del personal lo hacen a través de la observación. El 100% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio. El 100% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad si permite que la empresa alcance los objetivos y metas de la empresa. El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el termino atención al cliente. El 100% de los

representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. El 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente para que regrese. El 64% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación en conclusiones la mayoría de los representantes nos confirman que la mejor herramienta que utilizan para brindar un buen servicio es la comunicación. El 55% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que el principal factor que utilizan en la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de los productos. El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindando una buena atención al cliente. El 73% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que la mala atención se da por una mala organización de los trabajadores. El 36% de los representantes de las Mypes nos dicen que los clientes están satisfechos de igual manera un 36% nos responden que han incrementado en las ventas y se concluyó que. La mayoría (55%) tienen 31 a 50 años de edad. La mayoría (65%) es de género masculino. La mayoría (91%) tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría (82%) son personas no familiares. La totalidad (100%) de las Mypes son creadas para generar dinero. La mayoría (82%) miden el rendimiento a través de la observación. La totalidad (100%) contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad. La totalidad (100%) de la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa. La mayoría (64%) conocen atención al cliente. La totalidad (100%) aplica la gestión de calidad en la atención al cliente. La mayoría (92%) fundamental la atención al cliente para que regrese. La mayoría (63%) una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores. La mayoría (36%) de los clientes están satisfechos igual manera que la mayoría simple (36%) incremento en sus ventas.

Sernaque (2017) en su trabajo de investigación *Gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Distrito de la Esperanza, año 2017 y propuestas de mejora* se obtuvo como un objetivo general: determinar la Gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de La Esperanza, año 2017 y propuestas de mejora. Además de los siguientes Objetivos específicos fueron planteados para poder conseguir el objetivo general: Detallar las características de la gestión de las Micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio. Dar a conocer las principales características de la atención al cliente de las Micro y pequeñas empresas del ámbito de estudio. Proponer un plan de mejora con respecto a las deficiencias encontradas en la presente investigación sobre la gestión y atención al cliente. se utilizó en esta investigación no experimental, descriptivo y Transeccional. Y en la cuales se obtuvo los siguientes resultados: El 100% los empresarios indican que su restaurante brinda un servicio de acuerdo a la necesidad del cliente. El 45% los empresarios indican que en su restaurante se utiliza el plan de trabajo. El 60% indican que el restaurante es escogido por los clientes por los precios cómodos. El 55% indican que los clientes asisten de 16 días a más. El 84% indican que sus trabajadores han llevado curso de capacitación en gestión. El 72% indican que en su restaurante a veces se mide el nivel de satisfacción del cliente. El 79% de los encuestados indican que si han capacitado o brindado charlas a sus trabajadores acerca de atención al cliente. El 87% de los encuestados indican que no han recibido quejas por una mala atención de sus empleados. El 72% de los encuestados indican que el tiempo de espera en su restaurante es de 20 minutos. El 55% de los encuestados indican que nunca han recibido quejas o reclamos se

puede concluir que Se puede decir que los dueños de las Mypes administran de manera empírica y que no tiene conocimientos teóricos sino prácticos de administración, en el caso de los restaurantes por lo general los dueños son los mismos cocineros; asimismo la atención al cliente es improvisada, con personal que brinda un servicio a la necesidad del cliente pero que no logra satisfacer al cliente en su totalidad. Además, la mayoría de los encuestados indicaron que la frecuencia de asistencia de clientes a su restaurante es muy seguida y algunos llegan a ir desde 16 días a más, esto debido a que los restaurantes son pequeños y ofrecen el servicio de menú. Respecto a la atención al cliente, que, la mayoría de los encuestados consideran importante la capacitación al cliente para mejorar la atención al cliente, y muy pocos de ellos indican que no es importante para mejorar la atención al cliente.

Diaz (2016) Proyecto de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, Nuevo Chimbote, 2016* para poder realizar el trabajo de investigación es determino un objetivo general: determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016. De igual manera se obtuvo unos objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016. Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016. Describir las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas

empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016. En la metodología de investigación se utilizó el diseño de investigación, No experimental - transversal – descriptivo, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 60.00% de los representantes de las MYPE tienen entre 31 a 50 años. El 70.00% de los representantes de las MYPE son del género masculino. El 60.00% de los representantes de las MYPE tiene superior universitario. El 70.00% de los representantes de las MYPE administran su negocio. El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeña el cargo de 0 a 3 años. El 40.00% de los de las MYPE tiene entre 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 60% de las MYPE tiene entre 1 a 5 trabajadores. El 60.00% de las MYPE fueron creadas para subsistir. El 70% de los representantes de las MYPE si conocen el significado de gestión de calidad. El 60% de los representantes de las MYPE no conocen ninguna técnica de gestión de calidad. El 40% de los representantes de las MYPE mencionan que no se adaptan a los cambios. El 100% de las MYPE afirman conocer técnicas para medir el rendimiento del personal, como la observación. El 70% de los representantes de las MYPE si consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 80% de los representantes de las MYPE manifiesta que brindan una buena atención a sus clientes. El 60% de los representantes de las MYPE manifiesta recibido de 1 a 10 reclamos. El 80% de los representantes de las MYPE indica que la atención a los clientes fue rápida. El 100% de los representantes de las MYPE menciona que sus trabajadores cuentan con la información necesaria acerca de los productos que ofrece en su negocio. El 80% de los representantes de las MYPE manifiesta que si aplica la Gestión de Calidad en la atención que brinda a sus clientes. El 80% de los representantes de las MYPE indican que la buena atención al cliente si permite lograr que

la empresa tenga un posicionamiento en el mercado y como conclusión, La mayoría de los representantes legales de las MYPE estudiadas, son las siguientes: Poco más de 2/3 (70%) afirman que los micro empresarios son de género masculino y administran su propio negocio; poco más de la mitad (60%) afirman que sus edades son entre 31 y 50 años, su grado de instrucción es de superior universitaria y vienen desempeñando el cargo de adiestrador de su propio negocio desde 0 a 3 años. La mayoría (60%) de las MYPE afirman que cuentan con 1 a 5 trabajadores y su objetivo de la creación de la empresa fue para subsistir; y poco menos de la mitad (40%) afirmaron estar en el mercado operando entre 0 a 3 años. La totalidad (100%) afirman que utilizan la observación para obtener el conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal y, los trabajadores cuentan con la información acerca de los productos: la mayoría (80%) afirman que la atención que brinda a sus clientes es buena, se realiza de forma rápida, aplican gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes, permitiendo el posicionamiento de su empresa en el mercado; poco más de 2/3 (70%) afirman conocer el término “Gestión de Calidad, lo cual, ha contribuido a mejorar el rendimiento de las MYPE; poco más de la mitad (60%) afirman, no conocer técnicas modernas de gestión de calidad y que han tenido entre 1 a 10 clientes que han presentado sus reclamos respecto al servicio que brindan; y poco menos de la mitad (40%) afirman que no se adaptan a los cambios, lo cual le ha generado dificultades al personal para la implementación de gestión de calidad en su empresa.

Bueno (2016) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016* la investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización 21 de abril, Chimbote, Ancash, Perú 2016. Y se obtuvo como objetivos específicos, Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 62,5% tienen entre 31 a 50 años de edad. El 50,0% son de género femenino. El 50,0% tiene grado de instrucción secundaria. El 75,0% de los representantes son los dueños. El 50.0% de los representantes tienen en el cargo entre 4 a 6 años. El 62.5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro entre 4 a 6 años. El 62.5% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores. El 87.5% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando. El 62.5% de las Micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias. El 62.5% de los representantes no conoce el término gestión de calidad. El 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. El 75.0% de los representantes

aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. El 87.5% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 62.5% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. El 62.5% de los representantes conocen el termino atención al cliente. El 62.5% de los representantes aseguran que a veces aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan. El 50.0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. El 50.0% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. El 50.0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio la atención personalizada. El 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. El 51% reconoce que esta brindado una mala atención por no contar con suficiente personal. El 37.5% de los representantes ha logrado obtener fidelidad de los clientes. Y se puede concluir Después de haber elaborado, tabulado e interpretado las tablas y los análisis de discusión de resultados, se llaga a las siguientes conclusiones: - La mayoría de los representantes son personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo existe igualdad en el porcentaje de ambos géneros masculino y femenino, cuentan con un grado de instrucción de estudios secundarios completos, presentan el cargo dueños y finalmente llevan en el cargo de 4 a 6 años. - El tiempo de permanencia en el rubro de las Micro y pequeñas empresas es de 4 a 6 años, cuentan con un número de trabajadores 1 a 5, el tipo de personas no presentan rasgos familiares y finalmente el objetivo de la mypes es generar ganancias. - La mayoría de los representantes no conocen el término de gestión de calidad, pero aplican la técnica de atención al cliente, consideran que el personal tiene poca iniciativa lo cual dificulta la

implementación de la gestión, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, así mismo consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el termino atención al cliente, a veces aplican gestión de calidad en el servicio, consideran que a veces la atención es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, aseguran que el factor más importante para la buena atención es la atención personalizada, la mayoría considera que se está dando una mala atención al cliente por falta de personal y finalmente una minoría han logrado fidelizar a los clientes.

Figuroa (2016) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016* La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, y determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. Para la elaboración

del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental –transversal-descriptivo y obtuvieron los siguientes resultados. El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 62,5% de los representantes son de género masculino. El 62,5% de los representantes tiene grado de instrucción superior universitaria. El 87,5% de los representantes son los dueños. El 50,0% de los representantes tienen en el cargo más de 7 años. El 62,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años. El 50,0% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores. El 75,0% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando. El 87,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias. El 62,5% de los representantes conocen el término Gestión de calidad. El 62,5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. El 50,0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es el aprendizaje lento. El 75,0% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 62,5% de los representantes aseguran que a veces la Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. El 100,0% de los representantes conocen el término atención al cliente. El 75,0% de los representantes aseguran que siempre aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan. El 50,0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. El 62,5% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. El 50,0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio son las instalaciones. El 87,5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. El 100% de los representantes no considera que esta que se está dando una mala atención. El 100% de los representantes no considera que esta

que se está dando una mala atención. Concluyendo, La mayoría de los representantes están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo son de género masculino, cuentan estudios superiores universitarios, además son los dueños de sus negocios y llevan en su cargo más de 7 años. La mayoría de las Micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, del mismo modo cuentan con más de 6 a 10 colaboradores, tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y tienen como objetivo de generar ganancias. La mayoría de los representantes conocen el término de gestión de calidad, aplican la técnica de atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, consideran que la dificultad de la implementación de la gestión en que el personal tiene aprendizaje lento, así mismo consideran que la gestión de calidad a veces mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el termino atención al cliente, consideran que la atención a veces es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, consideran que el factor más importante para la buena atención al cliente son las instalaciones, así mismo afirman que la atención que brinda es buena, y finalmente han logrado mejorar a satisfacción del cliente.

2.2. Bases teóricas

Las micro y pequeñas empresas

Cabe reconocer que las micro y pequeñas empresas es el mejor sustento de las familias que tiene esa necesidad de una economía por este motivo es fundamental conocer la definición de las micro y pequeñas empresas, donde nos menciona la ley 28015 (2003)

En “la ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas” en el cual nos recalca que “esta económicamente constituida por una persona natural o jurídica, donde no tienen muchos trabajadores, pero son consideradas como el principal motor de la economía, ya que las mypes son las que generan mayor empleo dentro de un país, ya sean diferentes rubros y sectores que existen dentro de ello” (p1).

Bueno una de las razones por las cuales existen las micro y pequeñas empresas han sido creadas para sobrevivir y con la intención de tener éxito, pero la mayoría de ellas en casi 3 años lamentablemente fracasan, por eso mismo existen las protecciones de leyes a favor de las empresas con la finalidad de formalización de las empresas que ya no solo como peruanos buscamos reducir los problemas, sino también empezar a desarrollar la económica a través de las aportaciones que realizamos por cada compra de algunos productos, que realizamos en algunas mypes.

Características de las micro y pequeñas empresas

Cruzado (2018) afirma que: la modificación de la ley N° 28015 de la ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas debe de reunir las siguientes características:

Microempresas: Inclusive ventas anuales hasta el monto máximo 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña empresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT). El incremento del monto máximo de ventas anuales señalado para la pequeña empresa será determinado por el Decreto Supremo por el Ministerio de Economía y Finanzas cada dos años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido (pag.18).

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Las empresas de hoy en día son muy importantes para el país ya que contribuye con un 40% del producto bruto interno favoreciendo a nuestra economía y de tal manera también favorece a genera el empleo y la reducción de la heterogeneidad estructural cruzado (2018) afirma que:

Importancia de las empresas de menor tamaño contrasta con América latina con el escaso de apoyo al que tienen acceso. Las formas y dimensión que constituyen un elemento clave entender la trayectoria de empresas al crédito, y la desventaja condiciones en que se logran en comparación con las empresas de mayor tamaño es uno de los principales obstáculos para su crecimiento y consolidación (p.10).

Si bien es cierto las pequeñas empresas surgen por muchos emprendedores que tiene ese deseo de superación, y por otro motivo es que sufren un despido de centro de sus labores, o la misma renuncia que realizan. La cual conlleva al surgimiento de las pequeñas empresas de la misma necesidad de una solvencia económica implicando la motivación de su familia con cierto deseo de superación, donde ese es el mismo motivo de que las personas inician un negocio.

Beneficios de las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas de manera general generan un gran aporte a la economía, como también aumenta el crecimiento de la empresa, así como de a sus trabajadores.

SUNAT (2017) menciona que:

Los trabajadores cuentan con un régimen especial laboral, siendo así que también pueden pactar una mejor condición laboral con sus colaboradores, donde existe dos tipos de beneficios laborales como son de las microempresas y pequeña empresa (parr.2).

Microempresas:

- La remuneración mínima vital
- Una jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales
- Cuentan con un descanso semanal y en los días feriados
- Con un descanso vacacional 15 días calendarios
- Pertenecen al seguro integral de salud
- Y el sistema de pensiones sociales

Pequeña empresa:

- La remuneración mínima vital
- Con una jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales
- Cuentan con un descanso semanal y en los días feriados
- Descanso vacacional 15 días calendarios
- Cobertura de seguro de vida y seguro complementario de trabajo de riesgo
- Tiene el derecho a recibir gratificaciones al año 2 veces
- CTS
- Utilidades

2.2. Gestión de calidad

Un punto clave que es necesario mencionar que las micro y pequeñas empresas necesitan unos dueños, administradores que realicen una adecuada gestión, lo cual la UCC (2018) sostiene que:

Es aquel proceso desarrollado por una empresa para que pueda asegurar un buen producto y servicio de calidad por medio de una buena organización, ejecución, y el control de las actividades mediante el uso adecuado de los tipos de proceso que se tiene que llevar a cabo en toda la empresa (parr.1).

Si bien es cierto la gestión de calidad no solo implica administrar la gestión de calidad en las organizaciones si no también que se debe mejorar continuamente con las actividades inútiles que no están favoreciendo a la empresa de tal manera que se pueda formar un sistema más efectivo y eficiente.

Cabe resaltar que ya todas las empresas cuentan con una gestión de calidad la única diferencia es que, si están desarrollando de manera incorrecta por la misma razón

que no están cumpliendo con los requisitos incluidos en la norma es decir que no tiene documentada, cuando una empresa decide implementar un sistema de gestión de calidad primeramente debe de ser capacitado y entender a donde conlleva ese punto y tener una visión general de la norma (UCC 2018).

Sistema de gestión de calidad

El sistema de gestión de calidad permite mejorar los procesos de calidad en cuanto sea necesarios, es por ellos que decretan elementos con el fin de asegurar un rendimiento firme y durable y evitar cualquier tipo de variaciones inesperadas en una organización, es por ello que se menciona algunos elementos que intervienen en el sistema de gestión de calidad:

- Estructura de la institución: Que se refiere a la división del personal las funciones de cada una de ellas, la cual se le es designado organigrama.
- Planificación de estrategias: son las acciones que realiza las empresas, para poder alcanzar metas y objetivos.
- Los recursos: se refieren a todo aquello que se necesita para que una organización funciona perfectamente, como el equipamiento, personal, dinero etc.
- Los procedimientos: son las observaciones que realizan detalladamente de cómo está funcionando cada actividad.

Beneficios del sistema de gestión de calidad

Si bien es cierto que existen beneficios a causa de una buena gestión de calidad, es por ello que la Escuela Europea de Management (2016), nos muestra las siguientes ventajas:

- La mejora de la satisfacción del cliente, bueno cuando se realiza una buena gestión está enfocado, más que todo en las necesidades mismas del cliente, es por ellos que nos permite la integración de las demandas del cliente ya sea en el acabado del producto, donde tendrá el beneficio de las ofertas y el cliente pueda sentirse más satisfecho.
- Otro punto importante aparte de no solo aumenta los resultados de mayor calidad, puede obtener una mejor productividad estable, al aplicar procesos unos puntos estandarizados.
- Si bien es cierto el SGC establece procedimientos fiables para la creación de algún producto, la empresa también puede eliminar algunos pasos, conocer las áreas en que les haga falta una mejora y puedan así reducir los riesgos de la fabricación de algún producto y puedan así ahorrarse los costos innecesarios.
- Si la empresa logra la satisfacción de los consumidores y en un bajo costo obtendrá una buena rentabilidad, reduciendo gastos, donde tendrá una repercusión en el balance financiero de la empresa.
- A causa de un buen de gestión permitirá que la reputación de la marca mejore en el mercado, tanto así que podrán incorporar un alto valor de los productos y servicio.

- El sistema de gestión de calidad ayuda a los mismos trabajadores que se sientan motivados en sus trabajos, ya que se les debe incorporar en los procesos de mejora de la organización mediante charlas, capacitaciones donde hace de conocimientos los trabajo que se tienen que llevar a cabo, donde se puedan sentir que ellos también están implicados en la empresa y que son el punto clave de que la organización para que pueda mejorar (parr.7).

Principios de la gestión de calidad

Es muy importante para las organizaciones que conozcan las bases de cada principio ya que es fundamental conocer antes de haber planeado algunas técnicas por eso mismo las ISO 9001 (2015) nos hace conocimiento de las bases que veremos a continuación:

- El primer principio que nos muestra es el enfoque al cliente, donde podemos mencionar también que para toda organización es fundamenta entender las necesidades del cliente y porque satisfacerla o excederla sus expectativas ya que las empresas principalmente son dependientes de sus clientes, ya que no solo al satisfacer al cliente obtendrá la fidelización, si no también puedan actuar de manera como intermediaria y así puedan captar más clientes.
- Otro principio también es el liderazgo donde esta técnica la intención de elevar la competencia de las organizaciones, es por ello que por medio de la influencia que puede ofrecer el gerente o administrador de la empresa puedan transmitir y orientar una idea cambiante hacia sus trabajadores ante los objetivos planteados y metas de la organización.

- El compromiso de las personas en una organización es la pieza clave para que una empresa pueda surgir y puedan ser llevada al desarrollo por ello, es necesario fomentar la buena unión y el trabajo en equipo, que se puedan sentir a gusto en su centro de labores para que así puedan explotar y utilizar de manera positiva sus habilidades a favor de la misma organización.
- El enfoque a procesos, este principio nos habla del resultado que se obtiene cuando se realiza con una mayor eficiencia a las tareas y recursos que se les puede brindar y puedan desarrollar un sistema de procesos en este caso que puedan atribuir como la efectividad de la empresa.
- La mejora es uno de los principios más rescatables ya que toda organización debe permanecer en una mejora constante en la cual debe de plasmar como un objetivo permanente en la organización con la finalidad de prevenir problemas no esperadas en la empresa.
- La toma de decisiones basadas en evidencias, si bien es cierto que para poder tomar alguna decisión debe de haber pruebas que nos puedan ayudar a estar más seguros de las decisiones que podamos tomar, es por ellos que una de las principales herramientas que se debe de usar es el análisis de información de datos donde existen para poder prevenir riesgos de afecten a la organización.
- La gestión de relaciones, es importante que exista una relación entre la organización y los mismos proveedores ya que una de las ventajas es el incremento de las habilidades como una de las ideas para el desarrollo de las mypes es así que puedan crear un valor(parr.2).

Al hablar de estos principios en la SGC es importante que al empezar a crear una empresa es necesario conocer los principios y así puedan aplicarlo en sus procesos de gestión.

La ISO 9001

La Organización Internacional de Estandarización es una regla que consiste buscar las normas del producto y seguridad en las empresas ya sean públicas y privadas la cual estandariza el sistema de control de calidad, la ISO 9001 obtuvo su última modificación en el año 2015 donde desarrollaron cambios, y eliminaron los requisitos referentes a las normas de sistema de gestión. Las empresas que siguen la norma ISO 9001 tienen que evitar las fallas consecutivas con un control de calidad y mejoras en el sistema de gestión (Destinonegocio,2015).

2.3. Atención al cliente

Porporatto (2015) menciona que:

La atención al cliente es todo servicio que proporciona las empresas con el fin de relacionarse y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades, es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o servicio (parr.1).

Se considera que la atención al cliente es importante porque conlleva a una interacción con los mismos empleados para que haya una amabilidad, cordialidad donde se pondría establecer una comunicación directa con el cliente brindando asesoramiento y soluciones y así se pondrá atender de una manera más efectiva utilizando las estrategias y recursos con la intención de que haya una productividad en las organizaciones.

Principio de la atención al cliente

Al establecer un negocio se tiene que conocer cuán grande es la importancia de los clientes en las cuales Izquierdo (2017) describe los “procesos básicos del trato con los clientes” donde mencionaremos los siguientes:

- El cliente siempre es muy importante este punto es lo más esencial que todas las empresas deben de saber ya que al satisfacer las necesidades de ellas conllevará a generar ganancias de las empresas.
- Al mencionar que el cliente siempre tiene la razón si bien es cierto a veces no las tiene, pero como negocio tampoco tiene que quitarla, ya que si se centra en que quien tiene la razón no podrán llegar a nada, más bien tienen que buscar solución al problema.
- Si bien es cierto no todos los clientes son iguales, por eso uno debe de estar preparando para tratar con ellas, cuentan con diferentes personalidades, sus vivencias.
- Al hablar de que cada cliente es diferente, para poder implantar un buen servicio al cliente se le debe de cocerlas, esto ayudara a resolver muchos problemas, y la mejor forma que se preguntar es “que en que se les puede ayudar o también que es lo que no le gusta de producto a la reserva”.
- Por eso es importante escuchar al cliente, porque realmente actuar con prisa o porque el cliente no sabe lo que quiere o mucho peor que nosotros sepamos lo que ellos necesitan y están en un grave error, es mejor escucharlo y así libramos de problemas.

- Al momento de ingresar la clientela a tu establecimiento es por la simple facultad de satisfacer su necesidad es por ellos que se debe de esforzarse para cumplir con sus necesidades, y puedan salir satisfechos.
- Tratar a los clientes como te gustaría ser tratado. En este punto la empatía es uno de los valores, con ponerse del lugar de los clientes es un punto clave para que tu negocio pueda crecer.
- En cada negocio contar con una actitud con tus clientes, donde ayudara que los problemas ocasionados puedan ser solucionados con facilidad.
- La educación siempre tiene que resaltar en tu negocio mostrar la amabilidad y la educación de por medio frente a tus clientes (parr.13).

Importancia de atención al cliente

cabe menciona que el principio más importante de la SGC está enfocado al cliente, porque son los que aportan al desarrollo de la organización de acuerdo con Pérez (2018) menciona que “El dar un buen servicio al cliente es muy importante para el crecimiento del negocio, porque cuando un cliente siente que está siendo atendido de una forma excepcional comienza a demostrar lealtad al negocio” (parr.1).

Hoy en día las personas están dispuestas a pagar por algún producto o servicio a cualquier precio, solo porque en el establecimiento donde se encuentra se sientan satisfechos por el buen trato que se les brinda, es por ellos que los jefes de las empresas tienen que lograr que sus ejecutivos puedan brindar un buen servicio al cliente y que puedan aumentar la confianza de las clientelas.

Andrés (2018) afirma que: El servicio de atención al cliente ha aumentado con fuerza en cuanto a la competencia, donde los clientes tienen la mayor oportunidad de elegir donde adquirir el producto o servicio, ya que no solo buscan el precio y calidad si también una buena atención y que el ambiente pueda sentirse agradable para el comensal y ellos tienen la última palabra para decidir (parr.2).

La atención al cliente en la actualidad en los negocios ha aumentado ya que es una parte muy importante en captar clientes, donde los comensales en la mayoría prefieren el servicio que le brindan en los negocios, por el mismo motivo son las que recomienda a sus amistades para que visiten el lugar, es por eso que el negocio buscan brindar el mejor servicio con la intención de surgir más como un mype.

Si bien es cierto en la actualidad existen competencia por eso mismo se produce la oferta donde aumenta notoriamente y es necesario un valor agregado que viene hacer el servicio de atención al cliente, que es una manera de diferenciar con los demás competidores porque si bien es cierto ahora la gente no solo busca los productos a menor precio, la calidad de producto si no también es necesario que se dé al cliente, un ambiente agradable, donde el cliente se pueda sentir satisfecha al adquirir un producto y pueda regresar a visitar.

Ruiz (2016) sostiene que: “Las actividades orientadas al cliente destacados tanto la atención, como el servicio adecuado donde no es muy frecuente encontrarse en el lado del cliente y la satisfacción que nosotros mismo tratamos de provocar en ellos” (parr.1).

Cuando nos referimos de prestar un servicio, al consumir lo primero que se debe de hacer es el depositar la confianza al cliente que se sientan satisfechos por el producto o un servicio prestado y de lo contrario sea el caso habrá una pérdida de confianza por el mismo motivo de que un cliente no puede ver el servicio que recibirán hasta que efectivamente ellos lo hayan recibido, como toda empresa tratamos de cultivar la confianza solo de esta manera los clientes sabrán elegirte.

Definición de cliente

Según The Chartered Institute of Marketing (CIM, del reino unido), el cliente “Es una persona o empresa que adquiere bienes o servicio no necesariamente el consumidor final” (parr.3). Como bien se sabe que en las organizaciones existen clientes que obtiene el producto por mayor que llevan a distribuir por diferentes lugares dentro o fuera del país.

En el Diccionario de marketing, de Cultura S.A encontramos que el “cliente” es un “termino que define a la persona u organización que realiza una compra o que pueda estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro como el caso de los artículos infantiles, resulta la parte de la población más importante de la compañía” (parr.4) sin clientes la empresa no puede crecer, tampoco puede establecer en el mercado por el motivo el cliente es especial en el mercado.

Objetivos de atención al cliente

Prodware (2014) menciona que “El objetivo es evitar el comportamiento fuera de lugar por parte de los miembros del equipo de servicio al cliente, dar la bienvenida e intentar resolver sus dudas lo más amablemente posible son algunos de los trucos” (parr.8). Si bien es cierto en la actualidad algunas empresas solo practican y tienen estos objetivos con el cliente conociendo algunos mypes, que son algún micro y pequeñas empresas que practican este comportamiento frente a los clientes.

El objetivo fundamental de cualquier compañía es conseguir la satisfacción total del cliente. Hoy por hoy cubrir las necesidades no satisface plenamente es necesario buscar los valores añadidos. Un cliente satisfecho es aquel cuyas expectativas de producto se ven superadas por el mismo producto

La empresa busca satisfacer totalmente al cliente, no solo yendo a una empresa y adquirir un producto como todas las empresas lo hacen por eso mismo en la actualidad las empresas buscan un valor agregado que es la buena atención y servicio al cliente donde puedan satisfacer totalmente y puedan regresar a la misma empresa por la última satisfacción brindada.

Gutiérrez (2017) recomienda que:

Nunca y bajo ningún motivo les mientas a tus clientes. Algo que tu como agencia debes aprender es a no generar falsas expectativas. Muchas veces se cae en esto por necesidad de trabajo, no puedes dejar ir un cliente, sin embargo, después es peor si no le

cumples lo que prometiste quedaras como un chismoso y los comentarios que haga a conocidos podrían perjurararte (parr.12).

Tipos de cliente:

FMK (2016) menciona que “Un buen vendedor debe conocer a la perfección los tipos de clientes y sus características” (parr.2). Cabe mencionar también que en la actualidad hay una gran parte de los pequeños empresarios que se lanzan al mercado sin conocer los tipos de clientes a los que están dirigidos, es por eso que menciona los dos tipos de cliente interno, y cliente externo.

Cliente interno: Cuando se habla del cliente interno nos hace referencia a los que intervienen en el desarrollo de nuestro productos o servicio, donde son los colaboradores, empleados y proveedores.

Cliente externo: El cliente externo ya son personas que pagan por un bien o un servicio a una organización, donde se puede conocer a los perfiles de clientes.

Perfiles de clientes

El autosuficiente: Son personas que creen saber todo y ellos siempre tienen razón y les gusta siempre estar en discusiones y hablan con un todo sarcástico y agresivo, en este caso el vendedor no debe tomárselo algo personal.

El distraído: El cliente distraído es quien no sabe que busca y sin embargo se encuentra en el establecimiento por ellos el vendedor tiene que demostrar interés por aquello que necesita.

El reservado: El cliente reservado es quien necesita de tiempo para poder tomar una decisión, ya que es una persona muy desconfiado.

El hablador: En este caso lo cliente son los que les gusta hablar y no toman interés en algún producto, por ellos se les debe atender pacientemente intentando centrar más en el tema y descubrir si compra o no.

El indeciso: En este caso los clientes les cuenta tomar alguna decisión, por tal motivo el vendedor nunca debe dejarlo solo, hay que responder todas sus dudas, pero no es conveniente plantearlas demasiadas alternativas para que puedan decidirse.

Estrategias de atención al cliente

Cuando hablamos de las estrategias de atención al cliente CEPYMENews (2018) menciona que “Diseñar estrategias de atención al cliente que hagan crecer nuestro negocio es esencial para mantener un proyecto y ampliar nuestra cartera de contactos” con eso describe estrategias para tomar en cuenta:

- Actúa con rapidez ante sus inquietudes, es muy importante satisfacer las voluntades del cliente mucho mejor resolver dudas y problemas con tan rapidez.
- Si quieres que tu negocio crezca debes de establecer estrategia que vayan más allá de tus capacidades hasta el hecho de que pueda hablar idiomas del cliente para poder interactuar con ella.
- Siempre en un negocio siempre mantén una mente positiva ya que eso es transmitible con los comensales no emplees la palabra “No”.

- Demostrar la profesionalidad es un punto muy importante a la hora de conocer un servicio.
- A si mismo se menciona que el cliente es el centro del negocio, por eso mismo se tiene que adaptar los servicio hacia sus necesidades, innovando las sugerencias de los clientes.

2.3. Marco teórico conceptual

Gestión de calidad

Son procesos de calidad que se realizan todas las empresas por medio de la dirección que es la realización de todo lo que el representante de la empresa tiene a cargo y el control que es la evaluación, la eficiencia de todas las funciones encargadas a sus colaboradores lo cual el gerente general o el administrador, tiene como objetivo de llevar al desarrollo de la empresa.

Atención al cliente:

La atención al cliente es un servicio que brindan todas las empresas a sus clientes, ya que se considera una estrategia fundamental en todas las organizaciones ya que persiguen la satisfacción de todos los consumidores, porque al brindar un buen servicio a la clientela la empresa genera la fidelización del cliente.

Micro y pequeñas empresas:

Se constituye por una persona natural o jurídica, en bajo a cualquier forma de organización en la cuales cuenta con el objetivo desarrollar diferentes actividades de comercialización, producción, transformación y se podría decir también que puede estar conformadas por familiares y no familiares.

Representante:

Son personas que actúan en nombre de la empresa y que están a cargo de ver diferentes tramites, donde asumen compromisos y toman decisiones para la mejora de la empresa.

III. HÍPOTESIS

En el presente trabajo de investigación titulada gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018 no se plantea hipótesis por ser una investigación de tipo descriptivo

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal-descriptivo.

Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente, es decir que solo se observó los fenómenos y tal como se dan en el contexto natural, conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificación.

Fue transversal, porque el trabajo de investigación “gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018” se desarrolló en un espacio y tiempo determinado. Teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2018.

Fue descriptivo, porque en el trabajo de investigación denominado “gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018” solo se describió las principales características de las mypes, de los representantes, de la técnica administrativas atención al cliente y variable gestión de calidad.

4.2. Población y muestra

Población:

La población estuvo conformada por 13 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en el Distrito de Moro. La información se obtuvo a través de un sondeo. (Ver anexo 4)

Muestra:

La muestra estuvo conformada por 11 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018. En la cuales estuvieron a dispuesto a brindar información necesaria para el trabajo de investigación. (Ver anexo 4)

Las investigaciones que se desarrollarán a partir de la utilización de la línea de investigación de la escuela Profesional de Administración denominada: Gestión de Calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro año 2018, serán de tipo cuantitativo porque tendrán una estructura con la cual se podrá medir con bases numéricas.

4.3. Definición y operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las Micro y pequeñas empresas	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas con espíritu emprendedor que decidieron constituir un negocio contando con pequeño capital para invertir, de esta forma trabajar independiente y poder solventar sus gastos económicos	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas con diversas edades, de género femenino o masculino, tienen diferente grado de instrucción, el cargo que cumplen es de dueño o administrador y llevan años desempeñándolo.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años 	Rango
			Género	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	Nominal
			Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Educación básica - Superior universitario - Superior no universitario 	Ordinal
			Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador 	Nominal
			Tiempo de desempeño en el cargo	<ul style="list-style-type: none"> 0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años 	Razón

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas son negocios que surgen como una idea de inversión de emprendedores para cubrir sus gastos; tienen como objetivo la satisfacción del cliente a través del producto o servicio que ofrecen.	Las micro y pequeñas empresas son organizaciones que tienen cierto tiempo de permanencia en el rubro, cuentan con un determinado número de trabajadores; estos son familiares o personas no familiares y, el objetivo de su creación es generar ganancia o por subsistencia.	Tiempo de permanencia la microempres a	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años 	Razón
			Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - a 5 trabajadores - a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores 	Rango
			Las personas que trabajan en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Familiares - Personas no familiares 	Ordinal
			Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancia - Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad en atención al cliente	Gestión de calidad en una empresa, es un conjunto de procesos administrativos para direccionar de forma adecuada una organización; requiere de un líder y un equipo apto para cumplir las funciones necesarias. La atención al cliente es la interacción que se	Gestión de calidad es un término conocido por algunos representantes de micro y pequeñas empresas, contiene una serie de técnicas modernas; así mismo, los trabajadores presentan ciertas dificultades que impiden su implementación. Abarca técnicas para medir el rendimiento	Conocimiento del término gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tengo cierto conocimiento 	Rango
			Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Atención al cliente - Empowerment - Las 5 s - Outsourcing - Otros - Ninguno 	Nominal
			Dificultades en la implementación de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Ordinal

<p>produce entre la empresa y el consumidor, requiere de una persona idónea para que ofrezca un buen servicio y tenga pleno conocimiento de las características y precios del producto. De esta forma, aporta a la gestión de calidad</p>	<p>del personal, contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y de esa manera, la empresa pueda</p>	<p>Técnicas para medir el rendimiento del personal de los trabajadores</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación de 360° - Otros 	<p>Nominal</p>
	<p>alcanzar sus objetivos y metas trazadas.</p>	<p>La gestión de calidad en el rendimiento del negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No 	<p>Rango</p>
	<p>Una de las técnicas modernas que contiene es atención al cliente conocido por algunos emprendedores y es fundamental para que el consumidor regrese al establecimiento.</p>	<p>La gestión de calidad alcanza los objetivos y metas de la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sí - No - A veces 	<p>Rango</p>

			Conocimiento del término de atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tengo cierto conocimiento 	Rango
			Gestión de calidad en el servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Rango
			La atención al cliente es fundamental	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Rango
			Herramientas para un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza - Comunicación - Retroalimentación - Ninguno 	Nominal
			factores de calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada - Rapidez en la entrega de los productos - Las instalaciones - Ninguna 	Nominal

			Atención que brindada al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Buena - Regular - Malo 	Rango
			Descargo de una mala atención	<ul style="list-style-type: none"> - No tiene suficiente personal - Por una mala organización de los trabajadores - Si brinda una buena atención al cliente 	Ordinal
			Resultados de una buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes satisfechos - Fidelización de los clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento de ventas 	Ordinal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizaran para la recolección de información será la encuesta y el instrumento cuestionario que estarán estructuradas de preguntas sobre los representantes, las micro y pequeñas empresas y a la variable Gestión de Calidad en atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Moro, 2018.

4.5. Plan de análisis

Para la presente investigación los datos obtenidos observados y serán ingresado en una hoja de Word para hacer la interpretación y análisis de la investigación, además deberán elaborar tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales, así como figuras estadísticas para ellos se realizará figuras estadísticas por medio del programa Microsoft Excel, así como un programa de PDF para la presentación del proyecto.

4.6. Matriz de consistencia

Titulo	Enunciado	Objetivos	Variable	Población	Metodología
Gestión de calidad en atención al cliente en la micro y pequeñas empresas en el sector servicio-rubro restaurantes en el distrito de moro, año 2018.	¿Cuáles son las principales características de la gestión en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018?	<p>Objetivo general:</p> <p>-Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio-rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>- Determinar las características de los representantes del micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, año 2018.</p>	Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas	Se utilizará una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas	<p>No experimental</p> <p>Porque la recopilación de las variables no ha sido modificada. Es decir, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro del micro y pequeñas Empresas</p> <p>Transversal</p> <p>Porque se recolecto los datos en un solo momento en un tiempo único, siendo su propósito describir la variable en estudio.</p> <p>Descriptivo</p> <p>Porque se describirá las</p>

		<p>- Determinar las características del micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, año 2018.</p> <p>- Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en el micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018.</p>		<p>características de la gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente aplicado a las mypes en estudio.</p> <p>Técnica</p> <p>encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>
--	--	---	--	---

4.7. Principios Éticos

La presente investigación se utilizará los siguientes principios éticos:

- Protección a las personas: se protegerá a las personas participantes del trabajo de investigación, respetando su privacidad, no revelando su identidad, datos personales, y evitarle tomarle fotografías.
- Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: se protegerá ahorrando los papeles y materiales a través del reciclaje para que se puedan salvar los árboles, así mismo ahorrando la energía eléctrica.
- Libre participación y derecho a estar informado: Aplicar el cuestionario y hacer las preguntas correspondientes siempre y cuando los participantes estén de acuerdo, dando su consentimiento verbalmente.
- Beneficencia y no maleficencia: No se les interrumpirá en horas de su labor a las personas que participen en el trabajo de investigación, de tal forma, se evitará causarle algún tipo de daño.
- Justicia: se aplicará las mismas a todos los participantes de la investigación así mismo si cada uno lo desea, podrán conocer los resultados obtenidos al aplicar el cuestionario.
- Integridad científica: si durante el desarrollo de la investigación, alguno de los participantes se encuentra en riesgo, como haber revelado por error algún dato personal, informarle de manera inmediata.
- La veracidad: Es comprobar o constatar la veracidad de los hechos donde se evalúa con la verdad de lo que ocurre, es esencial e indispensable investigar la veracidad de los alegatos, para saber si representan la verdad y si están en conformidad con ella.

- El respeto derecho de autor: es cuando se utiliza para describir los derechos de los creadores sobre sus obras, es decir que respete la integridad e impedir cualquier deformación, modificación, alteración o atentado contra ella que suponga un perjuicio a los legítimos intereses de su reputación.
- Honestidad: consiste en comportarse y expresarse con sinceridad y coherencia, respetando los valores de la justicia y la verdad.

V. RESULTADOS

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018

Edad	N	%
18-30 años	4	36
31-50 años	6	55
51 a mas	1	9
Total	11	100%

Genero		
Masculino	6	55
Femenino	5	45
Total	11	100%

Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0
Educación básica	7	64
Superior no universitario	4	36
Superior universitario	0	0
Total	11	100%

Cargo que desempeña		
Dueño	10	91
Administrador	1	9
Total	11	100%

Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	4	36
4 a 6 años	1	9
7 a más años	6	55
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del servicio- rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en el Distrito de Moro, 2018

Tiempo de la mype en el rubro	n	%
0 a 3 años	5	45
4 a 6 años	0	0
7 a más años	6	55
Total	11	100%
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	11	100
6 a 10 trabajadores	0	0
11 a más trabajadores	0	0
Total	11	100%
Personas que trabajan en la empresa		
Familiares	5	45
Personas no familiares	6	55
Total	11	100%
Objetivo de creación		
Generar ganancia	7	64
Subsistencia	4	36
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018

Tabla 3

Característica de la gestión de calidad en atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018

Conocimiento del término gestión de calidad	n	%
Si	5	46
No	3	27
Tengo cierto conocimiento	3	27
Total	11	100%
Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	0	0
Atención al cliente	11	100
Empowerment	0	0
Las 5 s	0	0
Outsourcing	0	0
Otros	0	0
Ninguno	0	0
Total	11	100%
Dificultad en la implementación de la gestión de calidad		
Poca iniciativa	2	18
Aprendizaje lento	4	36
No se adaptan a los cambios	4	38
Desconocimiento del puesto	1	9
Otros	0	0
Total	11	100%
Técnica para medir el rendimiento de los trabajadores		
Observación	8	73
Evaluación	3	27
Escala de puntuación	0	0
Evaluación de 360°	0	0
Otros	0	0
Total	11	100%

Gestión de calidad en el rendimiento del negocio		
Si	11	100
No	0	0
Total	11	100%
Alcanza los objetivos y metas de la empresa		
Si	9	82
No	0	0
A veces	2	18
Total	11	100%
Conocimiento del término de atención al cliente		
Si	6	55
No	1	36
Tengo cierto conocimiento	4	9
Total	11	100%
Gestión de calidad en el servicio al cliente		
Si	11	100
No	0	0
A veces	0	0
Total	11	100%
Atención al cliente es fundamental		
Si	11	100
No	0	0
Total	11	100%
Herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	6	55
Confianza	5	45
Retroalimentación	0	0
Ninguno	0	0
Total	11	100%
Factores de calidad al servicio		
Atención personalizada	1	9

Rapidez en la entrega de productos	10	91
Las instalaciones	0	0
Ninguna	0	0
Total	11	100%
Atención brindada		
Buena	8	73
Regular	3	27
Mala	0	0
Total	11	100%
Descargo de una mala atención		
No tiene suficiente personal	0	0
Por una mala organización de los trabajadores	0	0
Si brinda una buena atención al cliente	11	100
Total	11	100%
Resultados de una buena atención		
Clientes satisfechas	3	27
Fidelización de los clientes	6	55
Posicionamiento de la empresa	0	0
Incrementos de ventas	2	18
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Características de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018

La edad de los representantes, el 60 % tienen entre 31 a 50 años de edad, de esta manera coincide con Samanez (2019) en la cual muestra que el 64% tienen una edad entre 31 a 50 años, así mismo con Villacorta (2018) concluye que el 55% tiene entre 31 a 50 años de edad, por lo consiguiente Díaz (2016) muestra que el 60% tienen entre 31 a 50 años de edad, de la misma manera Bueno (2018) menciona que el 62.5% tienen una edad entre 31 a 50 años, de la misma manera Figueroa (2016) concluye que el 50% tienen una edad entre 31 a 50 años. En la cual nos muestra que la mayoría de las mypes esta dirigidas por una persona adulta, cabe resaltar también que tienen un alto grado experiencia en diversas actividades del restaurante y más conocimientos en lo que es el tema de la administración. Esto demuestra que la mayoría de las mypes en el sector servicio del distrito de moro, se encuentra a mando por una persona adulta donde refleja la madurez y el conocimiento necesario del mercado y el mismo funcionamiento de ello.

El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, esto coincide con Samanez (2019) en la cual se observa que el 77% de los encuestado son de sexo masculino, de igual manera con Villacorta (2018) donde manifiesta que es 64% de las mypes encuestas son de género masculino, de igual manera Diaz (2016) hace manifiesto que el 70% de los representantes son de género masculino, y Figueroa (2016) hace mención que el 62.5 % de los representantes son de género masculino, por otra parte se contrasta con Bueno (2016) donde menciona

que el 50% de los representantes son de género femenino. En cuanto al género se puede demostrar que la mayoría de las mypes son dirigidas por los varones donde prácticamente son ellos mismo que están incluidas dentro de todo tipo negocio.

El 64% de los representantes tienen grado de educación básico, esto coincide con Bueno (2016) donde muestra que el 50% de los representantes tienen grado de educación básico, pero se contrasta con Villacorta (2018) hace mención de que el 55% de los representantes encuestado tiene grado de institución superior universitario, así mismo coincide con Diaz (2016) manifiesta que el 60% de los representantes de las mypes tiene superior universitario, seguidamente Figueroa (2016) indica que el 62.5% de los representantes tienen grado de instrucción superior universitario, pero contrasta con Samanez (2019) la cual menciona que el 37% de los representantes tiene grado de institución superior técnico. En cuanto al grado de instrucción en los negocios de moro se puede demostrar que solo tienen el grado de educación básico, donde se basan de la experiencia para mantener su negocio.

El 91% de los encuestados dentro de las mypes son dueños, en las cuales esto coincide con Villacorta (2018) que menciona el 82% de los encuestados son dueños, así mismo con Bueno (2016) demuestra que 75% de los encuestados dentro de las micro y pequeñas empresas son dueños y Figueroa (2016) concluye que el 87% de los encuestados son dueños, de lo contrario contrasta Diaz (2016) donde manifiesta que el 70% de los encuestados son administradores. la mayor parte de los negocios en moro llevan la función de dueños y a la vez administradores de los negocios.

El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeñan su cargo de 7 años a más, este resultado coincide con Villacorta (2018) donde detalla que el

45% de los representantes de las mypes encuestadas tiene más de 7 años desempeñando en el cargo, así mismo con Figueroa (2016) menciona que el 50% de los representantes tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo, de esto contrasta Diaz (2016) muestra que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas desempeñan en cargo entre 0 a 3 años, de igual manera contrasta Bueno (2016) mencionando que el 50% de los encuestados dentro de una mypes tienen un desempeño en el cargo en 4 a 6 años. Así mismo se podría mencionar que los representantes de las micro empresas del Distrito de Moro tiene un buen tiempo como dueños manteniendo la empresa a flote por diversas estrategias.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018

El 55% de las mypes tiene más de 7 años de permanencia en el rubro este resultado coincide Villacorta (2018) demuestra que el 55% de las mypes tiene una permanencia de más de 7 años, también Figueroa (2016) detalla que el 62.5% de las mypes tienen una permanencia más de 7 años, pero contrasta con Samanez (2019) de menciona que el 54% tiene entre 4 a 6 años en el rubro así mismo Bueno (2016) muestra que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tiene en el rubro entre 4 a 6 años en el rubro, contrasta también con Diaz (2016) menciona que el 40% de las mypes tienen una permanecía entre 0 a 3 años en el rubro. Los negocios en el distrito de moro referente a los restaurantes cuentan con más de 7 años de permanencia donde se puede tomar en cuenta que lo han podido mantener a través de estrategias.

El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, esto coincide con Villacorta (2018) menciona que el 91% de las mypes trabajan con una

cantidad entre 1 a 5 trabajadores, así mismo Diaz (2016) demuestra que el 60% de las mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores y Bueno (2016) concluye que el 62.5% cuentan entre 1 a 5 trabajadores dentro de una micro y pequeña empresa pero contrata con Samanez (2019) afirma que el 50% de las mypes cuentan entre 6 a 10 trabajadores, también Figueroa (2016) detalla que el 50% de las mypes tienen entre 6 a 10 trabajadores. Según Cruzado (2018) que las microempresas deben de tener hasta 10 trabajadores de tal modo de que la mayoría de las empresas se considera microempresas. Se puede observar que en el distrito de moro todas las mypes cuentan entre 1 a 5 trabajadores. A la vez la ley 28015 (2003) en la ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas nos recalca que las mypes están económicamente constituida por una persona natural o jurídica donde no cuentan con muchos trabajadores, pero si son consideradas como el principal motor de la economía.

El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas nos mencionan que las personas que trabajan no son familiares coincide con Villacorta (2018) describe que el 82% de los representantes de las mypes encuestados nos mencionan que las personas que trabajan no son familiares, también Bueno (2016) demuestra que el 87.5% de las mypes encuestas menciona que las personas que trabajan no son familiares, y Figueroa (2016) demuestra que el 72% de los representantes de las mypes mencionan que las personas que trabajan no son familiares. Se puede mencionar que las personas que trabajan en el Distrito de Moro, no son familiares ya que en otros negocios tienden a tener a sus familiares.

El 64% de los representantes encuestado mencionan que el motivo de creación de las micro y pequeñas empresas es generar ganancias esto coincide con Villacorta (2018) muestra que el 100% de las mypes fueron creadas para generar ganancias, de esta

manera Bueno (2016) muestra que el 62.5 donde manifiestan que el motivo de la creación de micro y pequeñas empresas son para generar ganancias, igual que Figueroa (2016) responde el 87.5% de las mypes creadas fue con el objetivo de generar ganancias, donde se contradice con Díaz (2016) hace mención que el 60% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para subsistir. Así mismo los motivos de la creación de las mypes en moro son para generar ganancias. Y cual la ley 28015 (2003) nos habla de que las empresas fueron creadas para sobrevivir y con la intención de tener éxito.

Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018

El 46% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si tienen conocimiento del término gestión de calidad, donde tienes una coincidencia con Diaz (2016) menciona que el 70% de los representantes de las mypes si conocen el término gestión de calidad, así mismo Figueroa (2016) afirma que el 62.5% si conocen el termino gestión de calidad, donde contrasta con Villacorta (2018) describe que el 45% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si tienen cierto conocimiento del término gestión de calidad. Se puede notar que los representantes de las micro y pequeñas empresas del Distrito de Moro, tienen conocimiento del término de gestión de calidad, aunque solo la mayoría simple tienen el conocimiento. Por eso UCC (2018) recalca que es importante que los representantes de las micro y pequeñas empresas tengan el conocimiento de la gestión de calidad para que puedan asegurar un buen producto y servicio de calidad de las empresas, y puedan generar ganancias.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas conocen la atención al cliente, esto se relaciona con Villacorta (2018) describe que 100% de los representantes de las empresas conocen el termino de atención al cliente, así mismo Bueno (2016) menciona que el 62.5 de los representantes de las microempresas conocen el termino de atención al cliente, de esta manera Figueroa (2016) afirma que el 62.5 % de los representantes de las mypes conocen el termino de atención al cliente esto contrasta con Diaz (2016) menciona que el 60% de los representantes no conocen ninguna técnica moderna de gestión de calidad, y Samanez (2019) muestra que el 31% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conoce el termino de marketing. Se puede tomar en cuenta que todos los negocios en el distrito de moro tienen conocimiento en lo que es atención al cliente. la ISO 9001 (2015) nos habla es importante el enfoque a procesos este es uno de los principios lo cual se obtiene un buen resultado cuando se realiza una buena eficiencia en las tareas y puedan desarrollar un sistema de procesos lo cual es necesario conocer las técnicas modernas de la gestión de calidad.

El 38% de los representantes de las micro y pequeñas empresas nos manifiestan que las dificultades de los trabajadores para implementar la gestión de calidad no se adapta a los cambios, esto coincide con Bueno (2016) describe que el 60% de los representantes de las mypes mencionaron no se adaptan a los cambios, también con Diaz (2019) describe que el 40% de los representantes de las mypes mencionaron que no se adaptan a los cambios y Villacorta (2018) muestra que el 82% de los representantes mencionaron que no se adaptan a los cambios y esto contrasta con Figueroa(2016) menciona que el 50% de los representantes de la micro y pequeñas empresas mencionan que las dificultades para la implementación de la gestión de

calidad es el aprendizaje es lento. Se puede notar también que las los negocios en moro tienen ciertas dificultades como el aprendizaje lento para la implementación de la gestión de calidad.

El 73% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que las técnicas que usan para medir el rendimiento que sus trabajadores es la observación, eso tiene una coincidencia con Villacorta (2018) menciona que el 100% de los representantes de las mypes manifiestas que para medir el rendimiento del personal lo hacen a través de la observación, así mimo Díaz (2016) muestra que el 100% de los representantes usan las técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, también Bueno (2016) describe que el 87% de los representantes de las mypes manifiesta que para medir el rendimiento del personal lo hacen a través de la observación y Figueroa(2016) indica que el 75% de los representantes de las mypes usan la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal. Para medir el rendimiento de los negocios en el Distrito de Moro mayormente los usan por medio de la observación ya que cuentan con una cantidad minoritaria de trabajadores.

El 100% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, esto coincide con Villacorta (2018) quien confirma que el 100% de los representantes mencionan que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, así mismo con Diaz (2016) afirma que el 70% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, y Bueno (2016) menciona que el 62.5% de los representantes de las mypes mencionan que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio, esto contrasta con Figueroa (2016) donde describe que el 62.5% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad a veces contribuye al rendimiento del negocio.

Se puede acotar también que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio. Donde también Management (2016) menciona en uno de los beneficios de una buena gestión de calidad, obtendrá una buena rentabilidad, reduciendo gastos donde obtendrá una repercusión en el balance financiero de la empresa.

El 82% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad alcanza los objetivos y metas de la empresa, este coincide con Villacorta (2018) menciona que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad alcanza los objetivos y metas de la empresa. En moro hacen mención también de que la variable ayuda a alcanzar los objetivos.

El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento del término de atención al cliente, esto coincide con Villacorta (2018) que el 64% de los representante de las micro y pequeñas empresas si tienen conocimiento del término atención al cliente, así mismo con Bueno (2016) menciona que el 62% de los representantes de las mypes tienes conocimiento del término atención al cliente, y Figueroa (2016) afirma que el 100% de los representantes de las mypes manifiestan que tiene conocimiento del término atención al cliente. se puede notar que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Distrito de Moro tienen conocimiento de lo que es la atención al cliente.

El 100% de los micro y pequeñas empresas mencionaron que aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente esto coincide con Villacorta (2018) que menciona el 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente, así mismo con Bueno (2016) afirma que el 62.5 de los representantes aseguran que aplican

la gestión de calidad en el servicio del cliente. se puede señalar que las mypes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente.

El 100% de los representantes de los micro y pequeñas empresas mencionaron que si es fundamental la atención al cliente para que pueda regresar, esto coincide con Villacorta (2018) afirma que el 92% de los representante de las mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente para que este pueda volver al establecimiento, así mismo Bueno (2016) menciona que el 50% de los representantes mencionaron que si es fundamental la atención al cliente para que pueda regresar, también Figueroa (2016) detalla que el 62.5% de los representantes de las mypes mencionaron que si es importante la atención al cliente para que puedan regresar. Se puede observar que los representantes saben que es importante la atención al cliente para que los clientes puedan regresar. Pérez (2018) menciona que el dar un buen servicio al cliente es muy importante para el crecimiento del negocio, porque cuando un cliente siente que está siendo atendido de una forma excepcional comienza a demostrar lealtad al negocio.

El 55% de los representantes de las mypes mencionaron que la mejor herramienta que utilizan para brindar un buen servicio es la comunicación, esto contrasta con Villacorta (2018) que mención que el 50% de los representantes de las mypes usan la confianza como herramienta para un servicio de calidad, de esto modo también Figueroa (2016) demuestra que el 62.5 de los representantes de las mypes usan la herramienta de la confianza para un buen servicio de calidad. Se puede anotar que la mejor herramienta que utilizan los negocios en el Distrito de Moro es la comunicación para un mejor servicio.

El 91% de los representantes consideran como un factor importante en el servicio la rapidez en la entrega de los productos, esto coincide con Villacorta (2018) informa que el 55% de los representantes mencionaron que la rapidez de la entrega de los productos es el factor importante en la calidad del servicio, esto contrasta con Bueno (2016) quien muestra que el 50% de los representantes consideran que la atención personalizada es el factor importante de la calidad del servicio, y Figueroa (2016) describe que el 50% de los representantes consideran que las instalaciones son los factores importantes para la calidad de servicio. Se puede calificar que un factor importante para el servicio es la rapidez de la entrega de los productos. Lo cual Atención al cliente (2018) menciona que hoy por hoy cubrir las necesidades no satisface plenamente es necesario buscar los valores añadidos.

El 73% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención que brinda es buena, esto parcialmente coincide con Villacorta (2018) que el 82% de los representantes afirmaron que la atención que brinda en el establecimiento es buena, de mismo modo con Diaz (2016) menciona que el 80% de los representantes consideran que la atención que brinda es buena, así mismo Bueno (2016) muestra que el 62% de los representantes consideran que es buena la atención brindada en el establecimiento y Figueroa (2016) informa que 87.5% de los representantes consideran que es buena la atención brindada. Se puede apuntar que los negocios del distrito de moro brindan una buena atención.

El 100% de los representantes consideran que si se están dando una buena atención al cliente, esto coincide con Figueroa (2016) menciona que el 100% de los representantes mencionan que si se están dando una buena atención, pero contrasta con Villacorta (2018) muestra que el 63% de los representantes consideran que se están dando una

mala atención a causa de una mala organización, al igual Bueno (2016) menciona que el 51% de los representantes mencionan que reconocen que se está dando una mala atención por no contar con suficiente personal. Cabe decir también que los representantes mencionan que si se está dando una buena atención.

El 55% de los representantes han logrado obtener la fidelidad de los clientes, esto coincide con Bueno (2016) menciona que el 37.5% de los representantes mencionan que han logrado la fidelidad de los clientes a causa de una buena atención, esto contrasta con Samanez (2019) que el 44% de los representantes consideran que han logrado un aumento de ventas y contrasta también con Villacorta (2018) menciona que el 36.5% de los representantes consideran que han logrado un incremento de ventas. Se puede observar que los negocios han logrado obtener la fidelidad de los clientes gracias a la buena atención que se brinda en el lugar.

VI. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones

La pluralidad (60%) de los empresarios describen que sus edades son entre 31 y 50 años. La mayoría (55%) de los representantes son de género masculino. La mayor parte (64%) de los representantes tienen un grado de instrucción básica. La mayoría (91%) de los representantes manifiestan que son dueños. La mayoría (55%) de los representantes mencionan que tienen de 7 a más años en el cargo. Como también se puede agregar en el cuestionario si han recibido capacitaciones antes de crear el negocio.

La mayoría (55%) de las mypes tienen más de 7 años en el rubro. Todos los encuestados (100%) cuentan entre 1 a 5 trabajadores. La pluralidad (55%) mencionan que las personas que trabajan en el negocio no son familiares. La mayor parte (64%) de las micro y pequeñas empresas son creadas con la finalidad de generar ganancias. Siendo así se puede agregar en el pago que realizan a sus trabajadores, le dan incentivos, bonos al cumplir las metas u objetivos ya sea recompensado una gran labor.

La mayoría simple (46%) tienen conocimiento del término gestión de calidad, todos los encuestados (100%) conoce la técnica de atención al cliente. la mayoría simple (38%) los problemas para la implementación de una gestión en cuanto a los empleados no se pueden adaptar a los cambios de la empresa. La pluralidad (73%) mencionan que los dueños usan la observación como una técnica para medir el rendimiento de sus colaboradores. Todos los encuestados (100%) la gestión de calidad ayuda al rendimiento del negocio. La cantidad mayor (82%) la variable de la gestión de calidad ayuda a cumplir diferentes objetivos de la organización. otro aporte en cuanto a este

objetivo sería agregar en el cuestionario si los trabajadores les brinda constante capacitación de estas técnicas, para una buena implementación de gestión de calidad. La mayoría (55%) de las empresas tienen conocimiento sobre el tema de atención al cliente. La totalidad (100%) aplican la gestión de calidad en el servicio de la clientela. Todos los encuestados (100%) mencionan que la atención al cliente es esencial para que vuelvan al establecimiento. La mayoría (55%) usan la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, la mayor parte (91%) la rapidez en la entrega de los productos considera que es un factor muy importante. La pluralidad (73%) mencionan que la atención que brinda es buena. La totalidad (100%) afirman que se están dando una buena atención. La mayoría (55%) mencionan que la fidelización es uno de los resultados de una buena atención al cliente. un aporte frente a este punto sería, si el servicio al cliente está dando buenos beneficios económicos para la empresa, y a la vez una buena reputación.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

6.2. Recomendaciones

Realizar capacitaciones por parte del representantes sobre los temas referente a la gestión de calidad y atención al cliente, con el fin de que le permita implementar una mejora en la dirección de la empresa.

Permanecer actualizado a los diferentes cambios que se pueda producir refiriendo a los aspectos demograficos, el alza de precios etc. con el fin de permanecer en el mercado y generar rentabilidad.

Contratar al personal eficiente por medio de selección de acuerdo al manejo según las áreas requeridas.

Realizar capacitaciones constantes que ayude a los empleados a mejorar en cuanto a la atención brindada hacia los clientes, y poder elaborar estrategias, con el fin de resolver algunas deficiencias con el servicio que realizan los empleados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atcom (2018). *Importancia de la atención al cliente*.
<https://www.atcom.cl/importancia-de-la-atencion-al-cliente>
- Bueno Martínez, M. P (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016* (tesis de título profesional, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
file:///C:/Users/MELISA%20CRUZ/Desktop/taller%20de%20investigacion/antecedentes/GESTION_DE_CALIDAD_EN_LA_ATENCION_AL_CLIENTE_BUENO_MARTINEZ_MICELI_PAOLA.pdf
- Cinco días (2016). *Un salto de calidad en España*.
file:///C:/Users/MELISA%20CRUZ/OneDrive/Un%20salto%20de%20calidad%20en%20Espa%C3%B1a%20_%20Empresas%20_%20Cinco%20D%C3%ADas.html
- Chau, E (mayo de 2018). Micro y pequeñas empresas aportan 24% al PBI nacional. *Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-produce-micro-y-pequenas-empresas-aportan-24-al-pbi-nacional-711589.aspx>
- Cruzado, C. (2018). *Características y financiamiento del micro y pequeñas empresas del sector comercial del Perú: caso empresa red medical E.I.R.L Trujillo, 2017* [Tesis de título profesional, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu/handle/123456789/3591/>

- Destino negocio (2015). *La norma ISO 9001*.
<https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/que-es-y-para-que-sirve-la-norma-iso-90012015/>
- Diccionario de Marketing, de Cultura S.A (2014). *Definición del cliente*.
<http://esgerencia.com/pdf/blogmkt/diccionario.pdf>
- Dirección de Estudios Económicos de Mype e Industria (2016). *Sumario regional de Áncash*.
http://demi.produce.gob.pe/Content/files/doc_03/Regionales/Ancash.pdf
- Diaz Sandoval, K. T (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, nuevo Chimbote, 2016* [tesis de título profesional, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
file:///C:/Users/MELISA%20CRUZ/Desktop/taller%20de%20investigacion/antecedentes/ATENCION_CALIDAD_DIAZ_SANDOVAL_KARIN_TEODOLINDA.pdf
- Dini, G., Stumpo, M. (2018). *Mipymes en América Latina un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*.
<file:///C:/Users/MELISA%20CRUZ/Desktop/tesis%20I/leer%20caracterizacion%20del%20problema%20en%20latinoamerica.pdf>
- Escuela Europea de Management (2016). *Ventajas de implementar un sistema de gestión de calidad*. <http://www.escuelamanagement.eu/direcciongeneral-2/7-ventajas-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad>

- Figuerola Rodríguez, C. A (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, jr. Ladislao espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016* [tesis de título profesional, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8223/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_FIGUEROA_RODRIGUEZ_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Foromarketing (2016). *Tipos de cliente y sus características*.
<https://www.foromarketing.com/tipos-de-clientes-y-sus-caracteristicas/>
- Funda Empresas (2018). *Estadística del registro de comercio de Bolivia, 1083*.
http://www.fundempresa.org.bo/docs/content/enero_1083
- Galeon (s,f). *Centro de formación de emprendedores*.
<http://formacione.galeon.com/productos2066630.html>
- Gutiérrez, L (2017). Los objetivos y las expectativas del cliente. *Media Source*.
<https://www.mediasource.mx/blog/los-objetivos-y-las-expectativas-del-cliente>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). *Informe técnico del mercado laboral (09)*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/09-informe-tecnico-n09_mercado-laboral-jun-jul-ago2018.
- Izquierdo, R (2017). Principios de la atención al cliente. *Integriaims*.
<https://integriaims.com/atencion-al-cliente/>

- Jurado Toledo, G. D (2014). *Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito* [tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica de Ecuador].
file:///C:/Users/MELISA%20CRUZ/Desktop/tesis%20I/antecedentes%20jurado.pdf
- Ley 28015 (2003). *Marco institucional de las políticas de promoción y formalización y formalización de las micro y pequeñas empresas*.
<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- López Mosquera, D. C (2018). *Calidad y servicio de satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* [tesis de maestría. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- López, M (2018). Importancia de calidad del servicio al cliente. *Itson*.
<http://www.itson.mx/pacioli,solicitador,responsable>
- Ministerio de Economía Fomento y Turismo (2017). *Informe de resultados empresas en Chile*. <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2017/03/Bolet%C3%ADn-empresas-en-Chile-ELE4.pdf>
- Nadal, R. (mayo 2016). Situación económica en Colombia. *Portafolio*.
<https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnista-1/analisis-situacion-economica-colombia-496149>

- Pérez, O. (16 de junio de 2018). Importancia del servicio al cliente. *Nextup*.
<https://blog.nextup.com.mx/5-razones-de-la-importancia-del-servicio-al-cliente-para-el-crecimiento-de-tu-negocio>
- Perú Reatil (2018). *Bolivia en los últimos 10 años*. <https://www.peru-retail.com/bolivia-en-los-ultimos-10-anos-consumo-en-restaurantes-crecio-300/>
- Prodware (2014). *Mejorar el servicio al cliente*. <https://blog.prodware.es/objetivo-mejorar-el-servicio-al-cliente/>
- Porporatto, M. (09 de junio de 2015). Atención al cliente. *Quesignificado*.
<https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>
- Robredo, G. (01 de julio de 2015). Las pymes en argentina, *Carta financiera*.
<http://www.cartafinanciera.com/pymes/como-estan-hoy-las-pymes-en-argentina>
- Schmal, R., Olave, T. (10 de junio de 2014). Optimización del proceso de atención al cliente en un restaurante durante el periodo de alta demanda. *Scielo*.
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642014000400005
- Ruiz, V. (11 enero del 2016). La importancia de la atención y el servicio al cliente. *Clave*.
<https://www.clave.es/blog/la-importancia-de-la-atención-y-el-servicio-al-cliente/>
- Samanez Ferrebú, L. E. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio*,

rubro restaurantes del Distrito de Sayán, provincia Huaura, año 2019
[tesis de título profesional, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11528/ATENCION_AL_CLIENTE_SAMANEZ_FERREBU_LUDWIN_EDGAR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sernaque Alvarez, C. P (2017). *Gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2017 y propuestas de mejora.* (tesis de título profesional, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote).
file:///C:/Users/MELISA%20CRUZ/Desktop/taller%20de%20investigacion/antecedentes/GESTION_CALIDAD_SERNAQUE_ALVAREZ_CHRISTIAN.pdf

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2017). *Beneficios de las micro y pequeñas empresas.*
<http://emprender.sunat.gob.pe/si-tengo-trabajadores-que-obligaciones-y-beneficios-laborales-existen>

The Chartered Institute of Marketing (2014). *Definición de atención al cliente.*
<http://www.cim.co.uk/resources/glossary/home.aspx>

Universidad cooperativa de Colombia (2018). *Sistema de gestión de calidad.*
<https://www.ucc.edu.co/sistema-gestion-integral/Paginas/sistema-gestion-calidad.aspx>

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (2019). *Código de ética para la investigación.*

<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>

Villacorta Aredo, H. E (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes, urbanización los jardines Trujillo 2018* [tesis de título profesional, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
file:///C:/Users/MELISA%20CRUZ/Desktop/taller%20de%20investigacion/antecedentes/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER.pdf

ANEXOS

Anexo 01: Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Año 2018				Año 2019								Año 2020	
	Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I	
	Mes				Mes				Mes				Mes	
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1. Elaboración del proyecto	X													
2. Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X												
3. Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X											
4. Exposición del proyecto al jurado de investigación				X										
5. Mejora del marco teórico					X									
6. Redacción de la revisión de la literatura						X								
7. Elaboración del consentimiento informático							X							
8. Ejecución de la metodología								X						
9. Resultados de la investigación									X					
10. Conclusiones o recomendaciones										X				
11. Redacción del pre informe de investigación											X			
12. Redacción del informe final												X		
13. Aprobación del informe final por el jurado de investigación													X	
14. Redacción del artículo científico														X

Anexo 02: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (s/.)
Suministro			
• Impresión	20.00	1	20.00
• Fotocopias	10.00	1	10.00
• Empastado	15.00	1	15.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	6.00		6.00
• Lapiceros	3.00	1	3.00
Servicios			
• Uso del turnitin	50.00	1	50.00
Sub total			104.00
Gasto de viaje			
• Pasajes para recolectar información	10	4	40.00
Sub total			40.00
Total, de presupuesto desembolsable			144.00
Presupuesto no desembolsable (universidad)			
Categoría			
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 del artículo en el repositorio institucional.	50.00	1	50.00
Sub total			
Recursos humanos			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total, del presupuesto no desembolsable			652.00
Total, s/.			796.00

Anexo 03: Cuadro de sondeo

N	RAZÓN SOCIAL	DIRECCIÓN	NOMBRE DEL REPRESENTANTE
1	Restaurant “La caravana”	(JR. Aromo N ° 385)	Walter Real Ayala
2	Restaurant “Doña olida”	JR: Aromo N ° 248	Juan Flores Trujillo
3	Restaurant “Sabor Morino”	AV. INDEPENDENCIA N° 286	Herlinda Huamán Alegre
4	Restaurant “lucecita”	AV. Tupac amaru	Rosa Gallegos
5	Restaurant “Johana”	JR. Petateros N ° 46	Nohemí Cerna Quiñones
6	Restaurant “Jaden”	AV. Ancash N ° 149	Domingo Guzmán Reyes Vargas
7	Restaurant “La china”	AV. Macash 251MZ. T LT. 9	Luzmila Palma Cura
8	Restaurant “Luanita”	AV. Macash 245	Diana Miranda Villon
9	Restaurant “El paisa”	JR. Aromo S/N	Benjamín Asunción Román
10	Restaurant “Cynthia”	JR. Aromo 380 plaza mayor	Cynthia Blanquillo Chuqui
11	Restaurant “Arteaga”	AV. Independencia N 130	Arteaga Ciriaco Moisés Víctor

Anexo 04: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas de sector servicio, rubro restaurantes del distrito de moro 2018. Para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en sus empresas son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. Gestión de calidad

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Sí
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento

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

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente

- c) Empowerment
- d) Las 5 s
- e) Outsourcing
- f) Otros
- g) Ninguno

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

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

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

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

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

- a) Sí
- b) No

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

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

2.2. Referentes a las técnicas administrativas: Atención al cliente

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

- a) Sí
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento

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

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

18. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento?

- a) Sí
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

- a) Comunicación
- b) Confianza
- c) Retroalimentación
- d) Ninguno

20. Principales factores para la calidad de servicio que se brinda

- a) Atención personalizada
- b) Rapidez en la entrega de los productos
- c) Las instalaciones
- d) Ninguna

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

22. ¿Por qué considera usted que se está dando una mala atención al cliente?

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

23. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?

- a) Clientes satisfechos
- b) Fidelización de los clientes
- c) Posicionamiento de la empresa
- d) Incremento en las ventas

Anexo 05: Hoja de tabulación

Tabla 01: características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	n	%
Edad	18 a 30 años	III	4	36.00
	31 a 50 años	IIII I	6	55.00
	51 a más años	I	1	9.00
	Total	IIII-III-I	11	100.00
Género	Masculino	IIII-I	6	55.00
	Femenino	IIII	5	45.00
	Total	IIII-III-I	11	100.00
Grado de instrucción	Sin instrucción		0	00.00
	Educación básica	IIII-II	7	64.00
	Superior no universitaria	III	4	36.00
	Superior universitaria		0	00.00
	Total	IIII-III-I	11	100.00
Cargo que desempeña	Dueño	IIII-III	10	91.00
	Administrador	I	1	9.00
	Total	IIII-III-I	11	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	III	4	36.00
	De 4 a 6 años	I	1	9.00
	De 7 años a mas	IIII-I	6	55.00
	Total	IIII-III-I	11	100.00

Tabla 02. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018

Preguntas	Respuestas	Tabulación	n	%
Tiempo de permanencia en la microempresa	0 a 3 años	IIII	5	45.00
	4 a 3 años		0	00.00
	7 años a más	IIII-I	6	55.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Número de trabajadores	De 1 a 5 trabajadores	IIII-IIII-I	11	100.00
	De 6 a 10 trabajadores		0	00.00
	De 11 empleados a más		0	00.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Personas que trabajan en la empresa	Familiares	IIII	5	45.00
	Personas no familiares	IIII-I	6	55.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Objetivo de creación	Generar ganancias	IIII-II	7	64.00
	Subsistencia	III	4	35.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00

Tabla 03: características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	n	%
Conocimiento del término gestión de calidad	Si	IIII	5	46.00
	Tienen poco conocimiento	III	3	27.00
	No	III	3	27.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking			00.00
	Atención al cliente	IIII-IIII-I	11	100.00
	Marketing		0	00.00
	Empowerment		0	00.00
	Las 5 S		0	00.00
	Outsorsing		0	00.00
	Otros		0	00.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Dificultades de los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad	Escasa iniciativa	II	2	18.00
	Aprendizaje lento	IIII	4	36.00
	No se adapta a los cambios	IIII	4	38.00
	Desconocimiento del área	I	1	9.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Técnicas para medir el	La observación	IIII-III	8	73.00
	La evaluación	III	3	27.00
	Escala de puntuaciones		0	00.00

rendimiento de los trabajadores	Evaluación de 360°		0	00.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Gestión de calidad en el rendimiento del negocio	Si	IIII-IIII-I	11	100.00
	No		0	0
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Alcanza objetivos y metas de la empresa	Si	IIII-IIII	9	82.00
	No		0	00.00
	A veces	II	2	18.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Conocimiento del término atención al cliente	Si	IIIII	6	55.00
	No	I	1	36.00
	Tengo cierto conocimiento	III	4	9.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Gestión de calidad en el servicio al cliente	Si	IIII-IIII-I	11	100.00
	No		0	00.00
	A veces		0	00.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Atención al cliente es fundamental	Si	IIII-IIII-I	11	100.00
	No		0	00.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Herramientas para un servicio de calidad	Comunicación	IIII-I	6	55.00
	Confianza	IIII	5	45.00
	Retroalimentación		0	00.00

	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Factores de calidad de servicio	Atención personalizada	I	1	9.00
	Rapidez en la entrega de los productos	IIII-IIII	10	91.00
	Las instalaciones		0	00.00
	Ninguna		0	00.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Atención brindada	Buena	IIII-III	8	73.00
	Regular	III	3	27.00
	Mala		0	00.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Descargo de una mala atención	No tienen suficiente personal		0	00.00
	Por una mala organización de los trabajadores		0	00.00
	Si brinda una buena atención al cliente	IIII-IIII-I	11	100.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00
Resultados de una buena atención	Clientes satisfechos	III	3	27.00
	Fidelización de los clientes	IIII-I	6	55.00
	Posicionamiento de la empresa		0	00.00
	Incremento de ventas	II	2	18.00
	Total	IIII-IIII-I	11	100.00

Anexo 06: Figuras

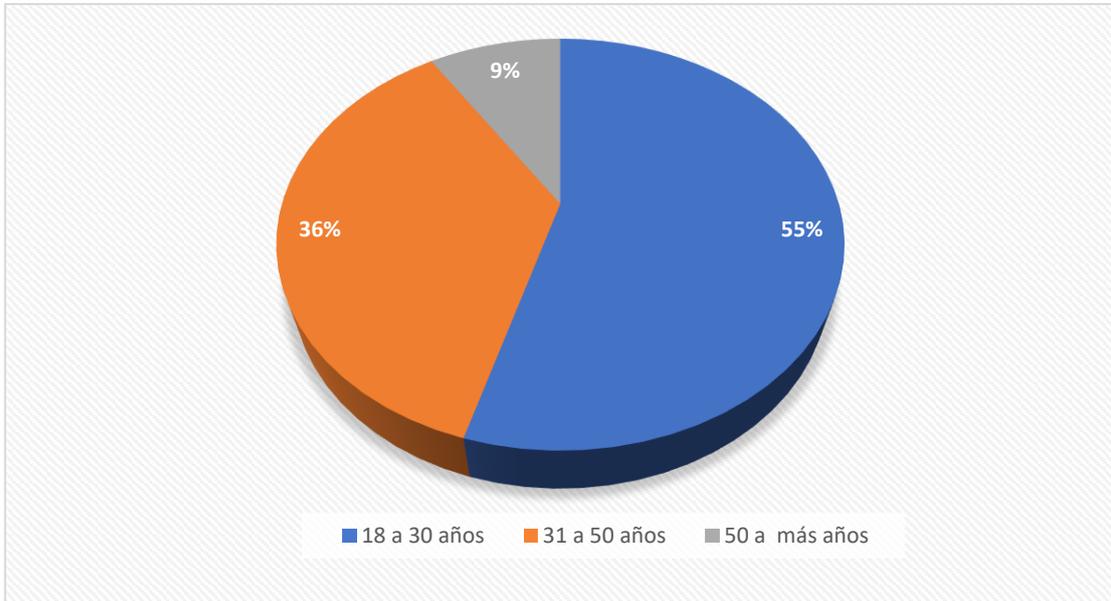


Figura 1. Edad
Fuente: Tabla 1

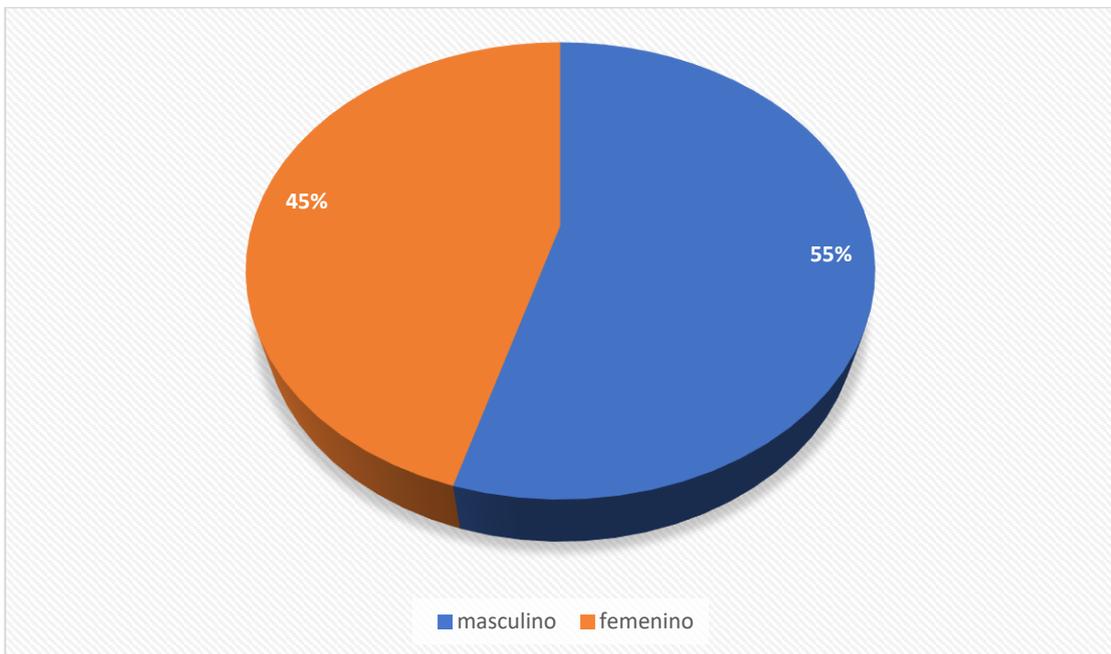


Figura 2. Género
Fuente Tabla 1

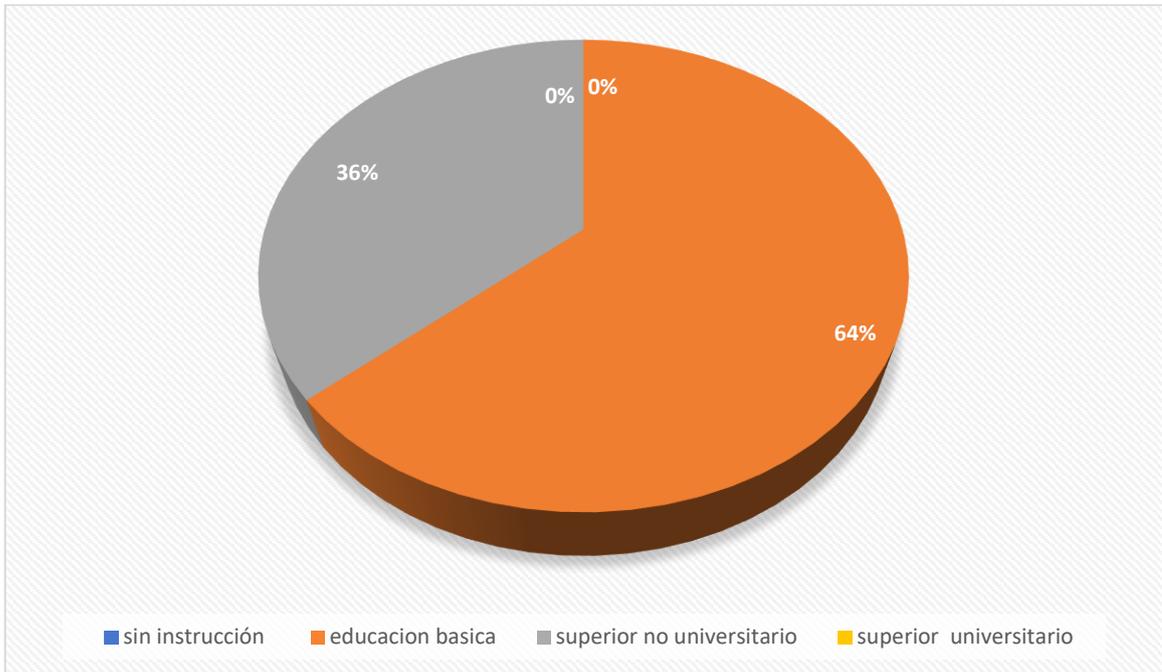


Figura 3. Grado de instrucción
 Fuente: Tabla 1

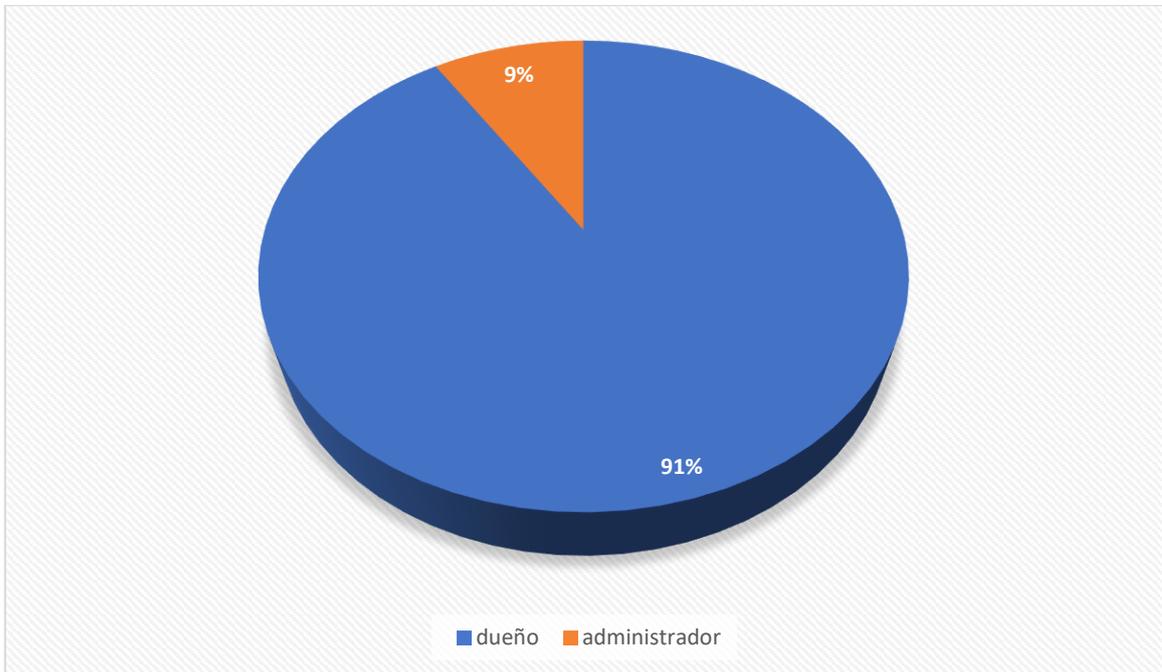


Figura 4. Cargo que desempeña
 Fuente: Tabla 1

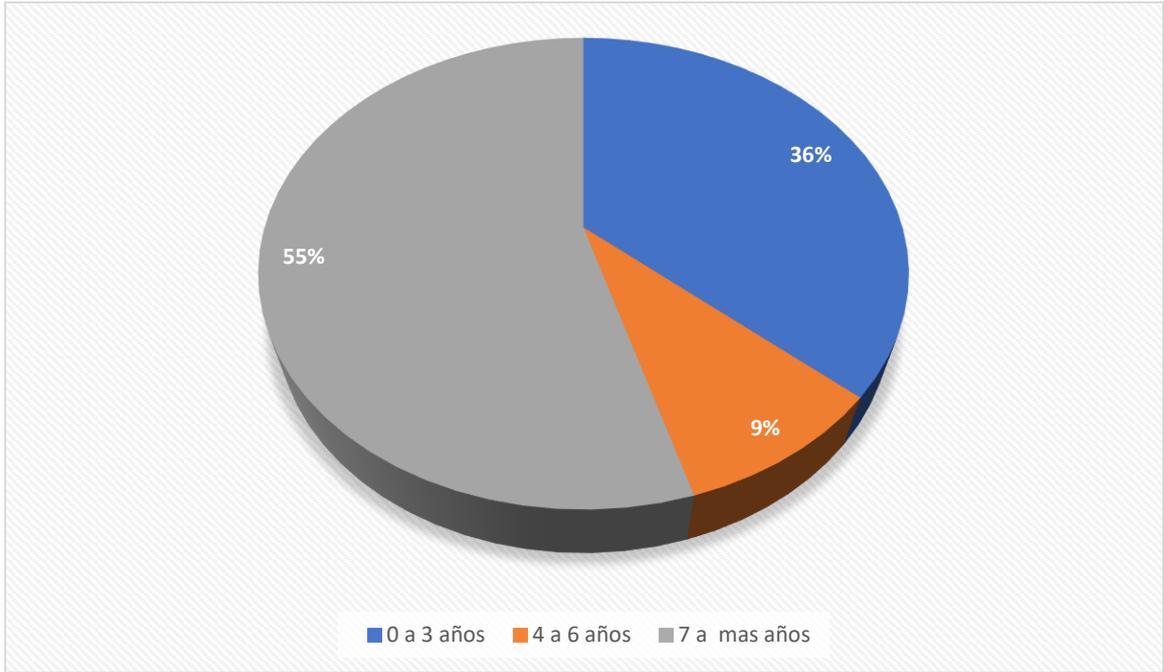


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo
Fuente: Tabla 1

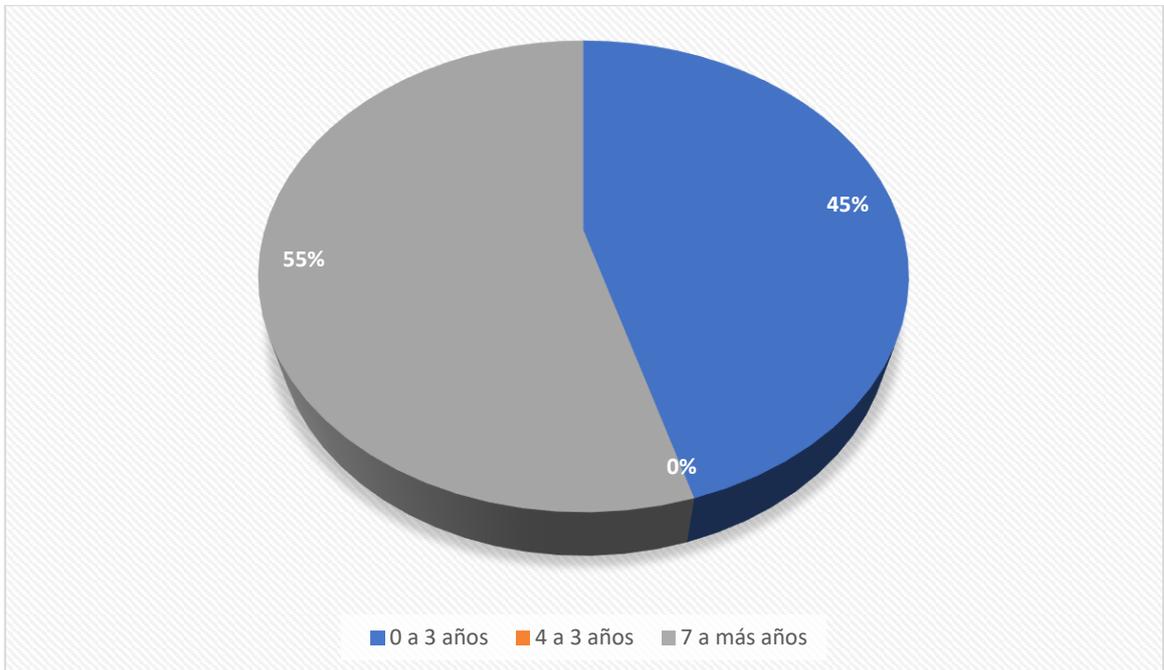


Figura 6. Tiempo de permanencia en la microempresa
Fuente: Tabla 2



Figura 7. Número de trabajadores
Fuente: Tabla 2

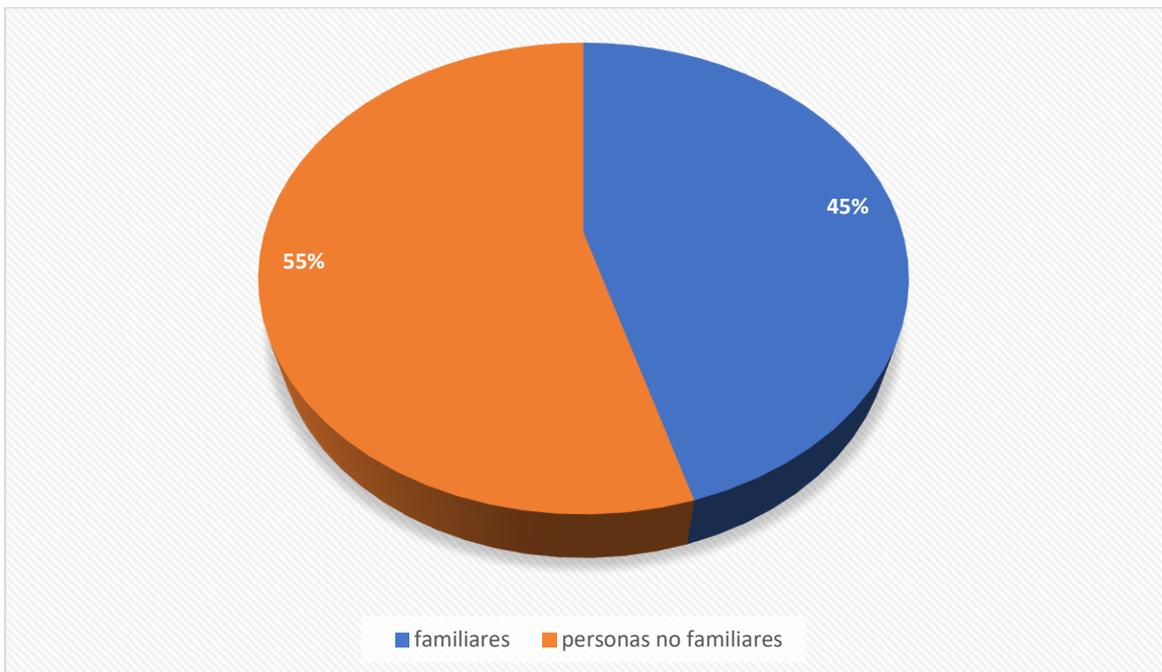


Figura 8. Personas que trabajan en la empresa
Fuente: Tabla 2

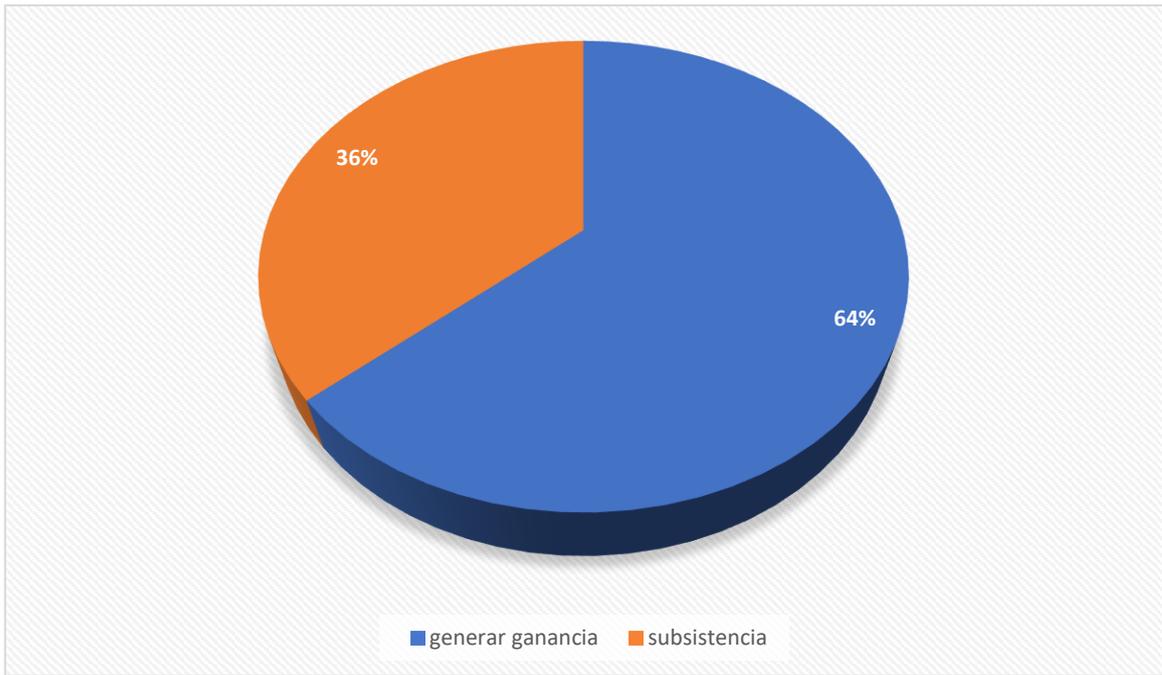


Figura 9. Objetivo de creación
Fuente: Tabla 2

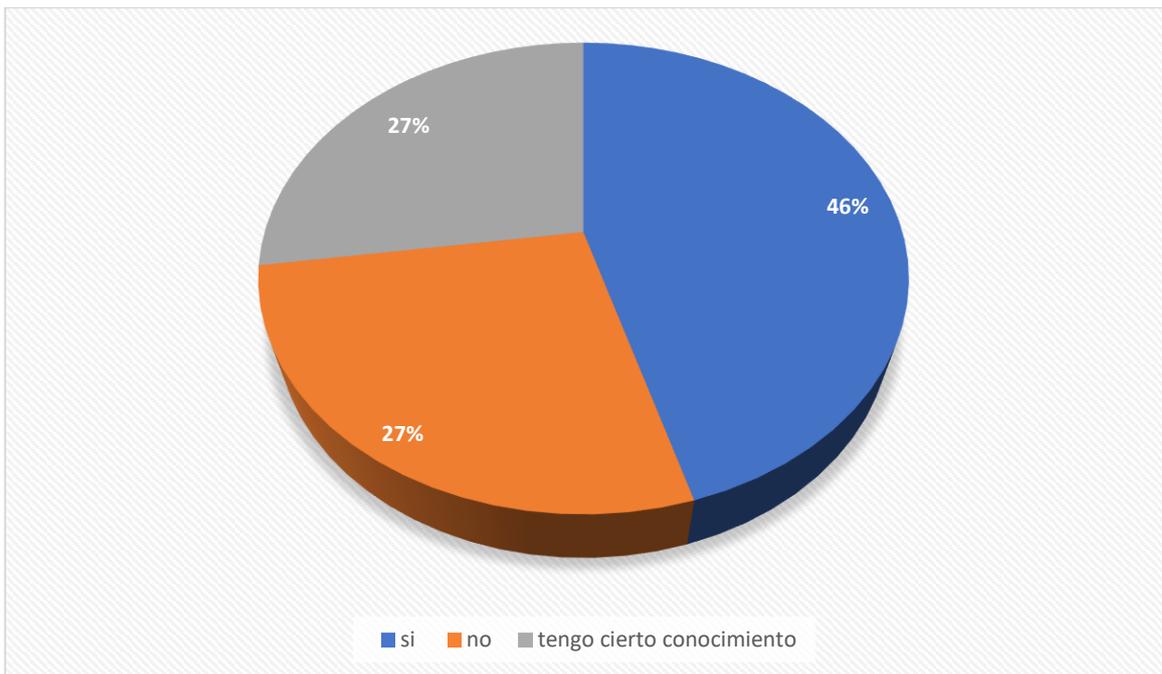


Figura 10. Conocimiento del término de gestión de calidad
Fuente: Tabla 3

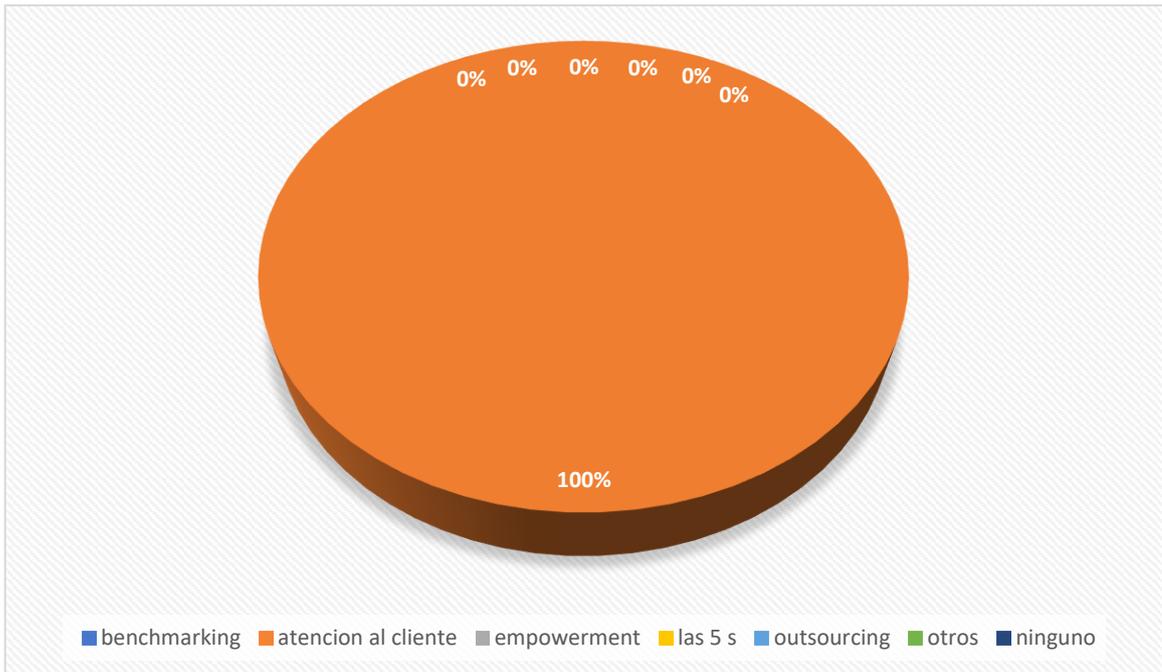


Figura 11. Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad
 Fuente: Tabla 3

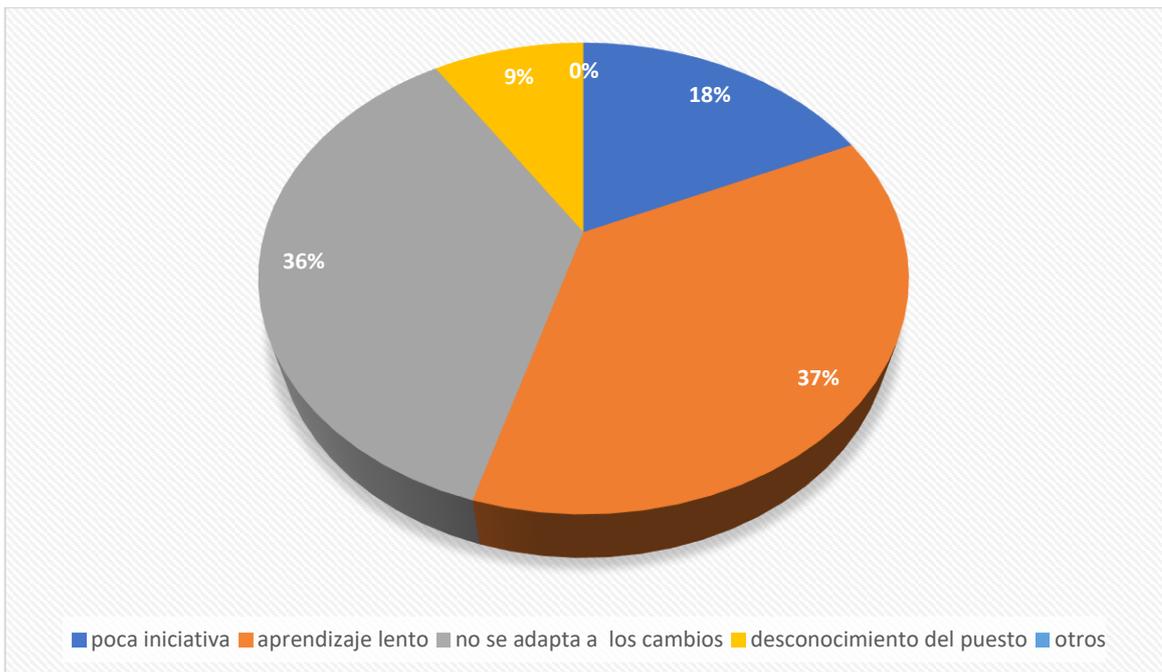


Figura 12. Dificultad de los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad
 Fuente: Tabla 3

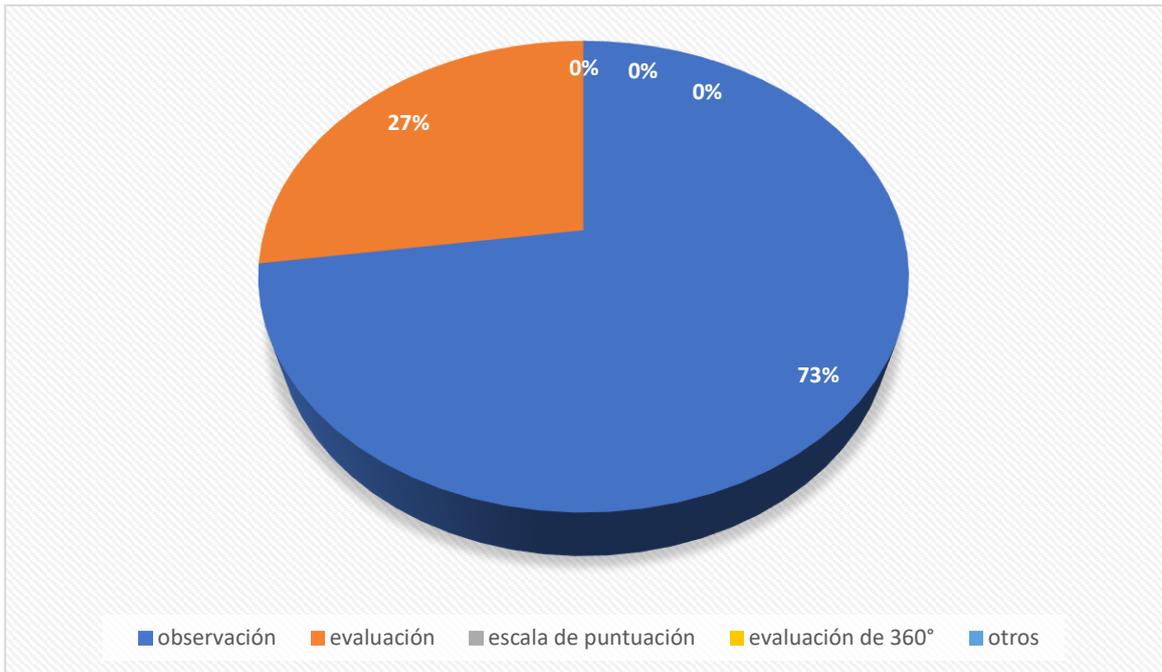


Figura 13. Técnica para medir el rendimiento de los trabajadores
Fuente: Tabla 3

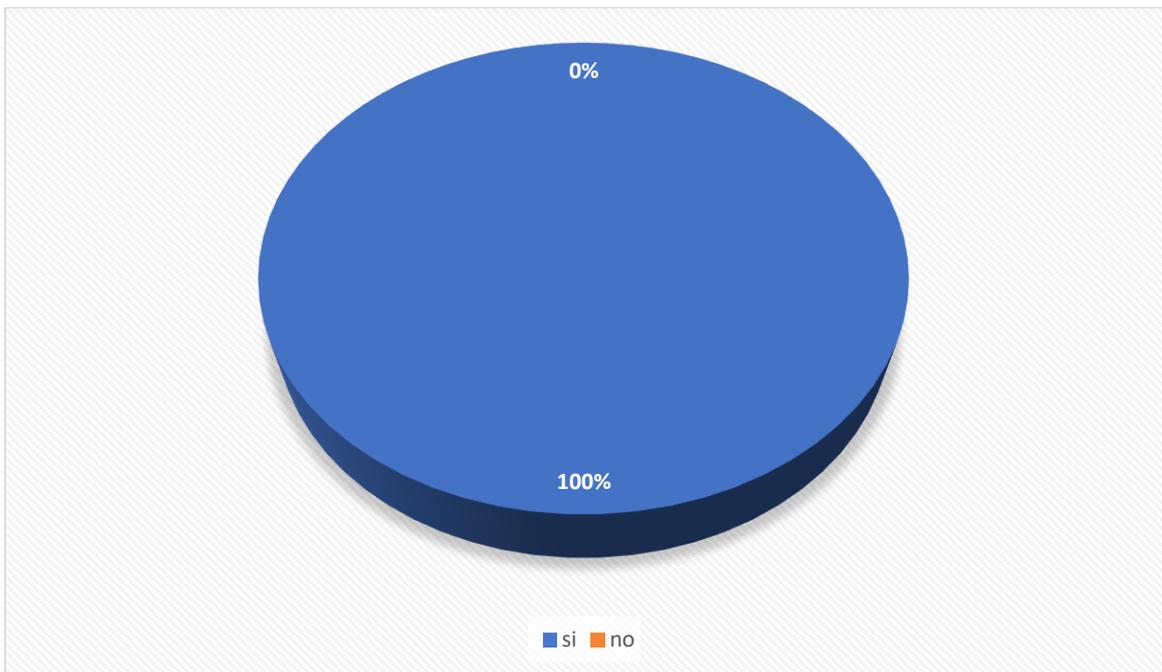


Figura 14. Gestión de calidad en el rendimiento del negocio
Fuente: Tabla 3

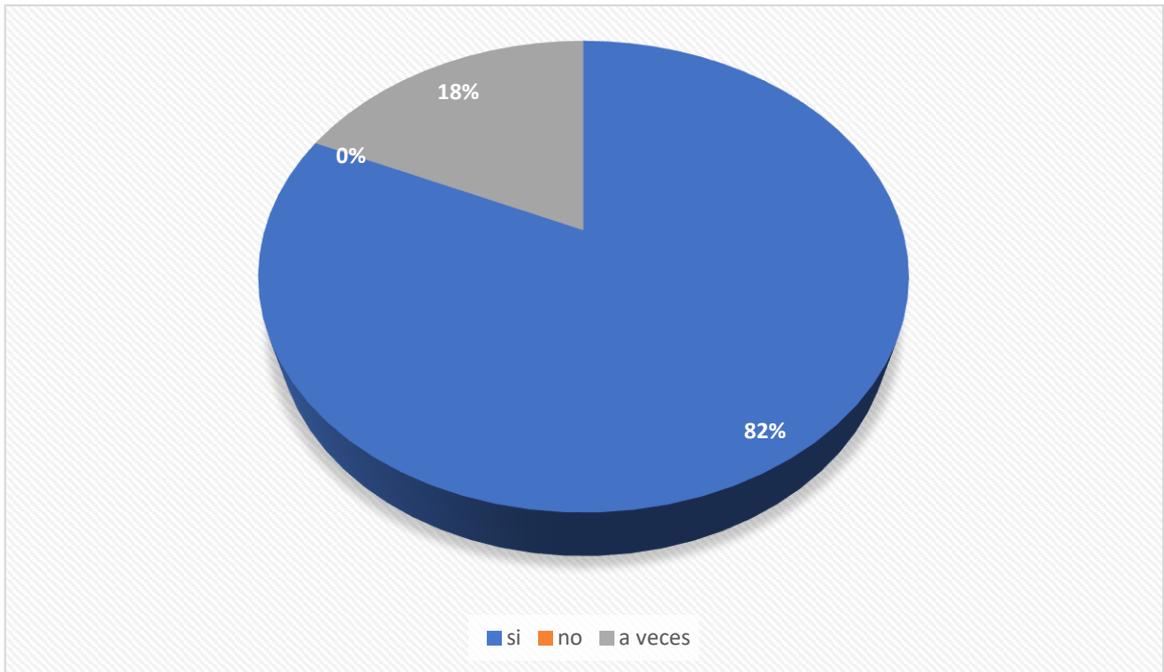


Figura 15. Alcanza los objetivos y metas de la empresa
 Fuente: Tabla 3

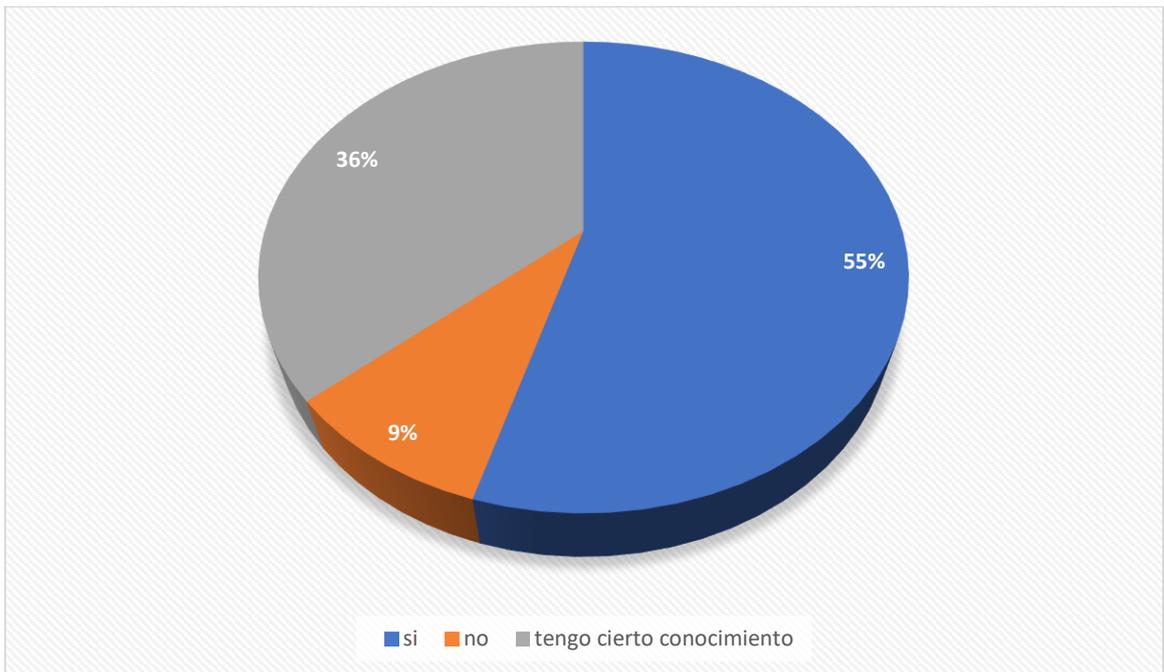


Figura 16. Conocimiento del término de atención al cliente
 Fuente: Tabla 3

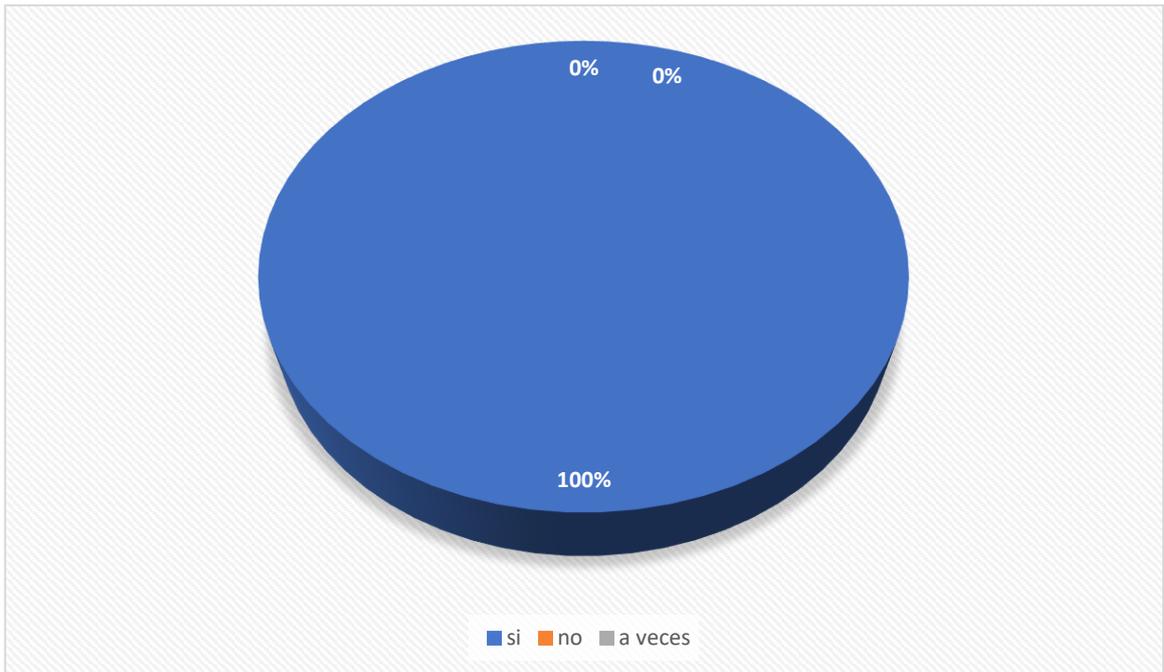


Figura 17. Gestión de calidad en el servicio al cliente
 Fuente: Tabla 3

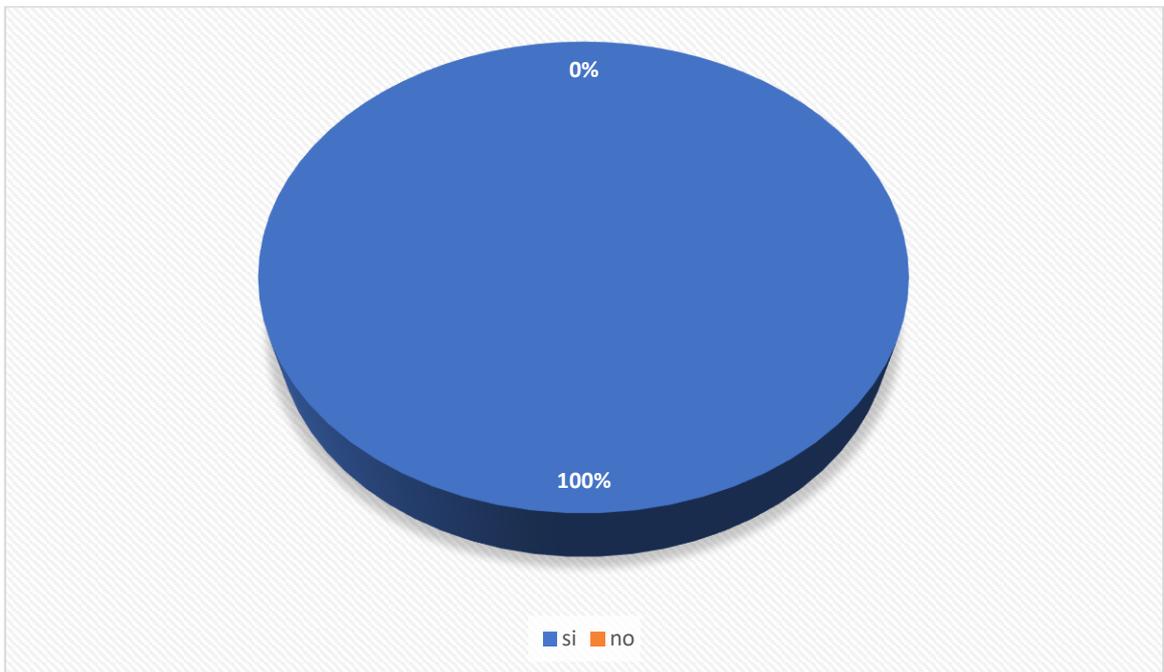


Figura 18. Atención al cliente es fundamental
 Fuente: Tabla 3

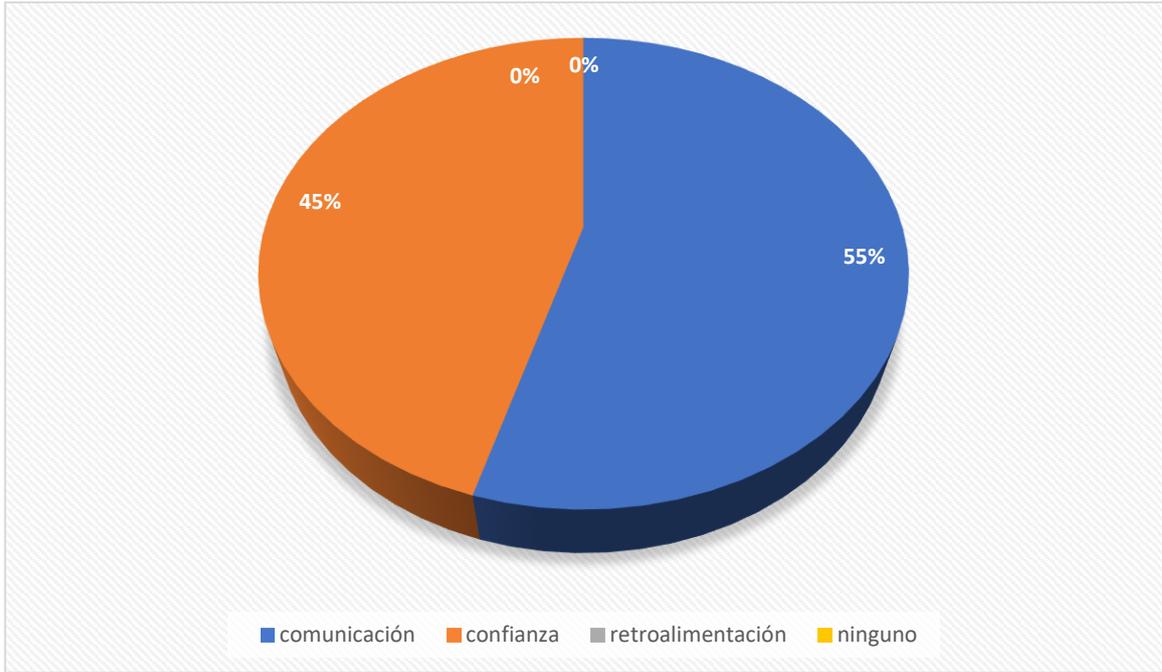


Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad
Fuente: Tabla 3

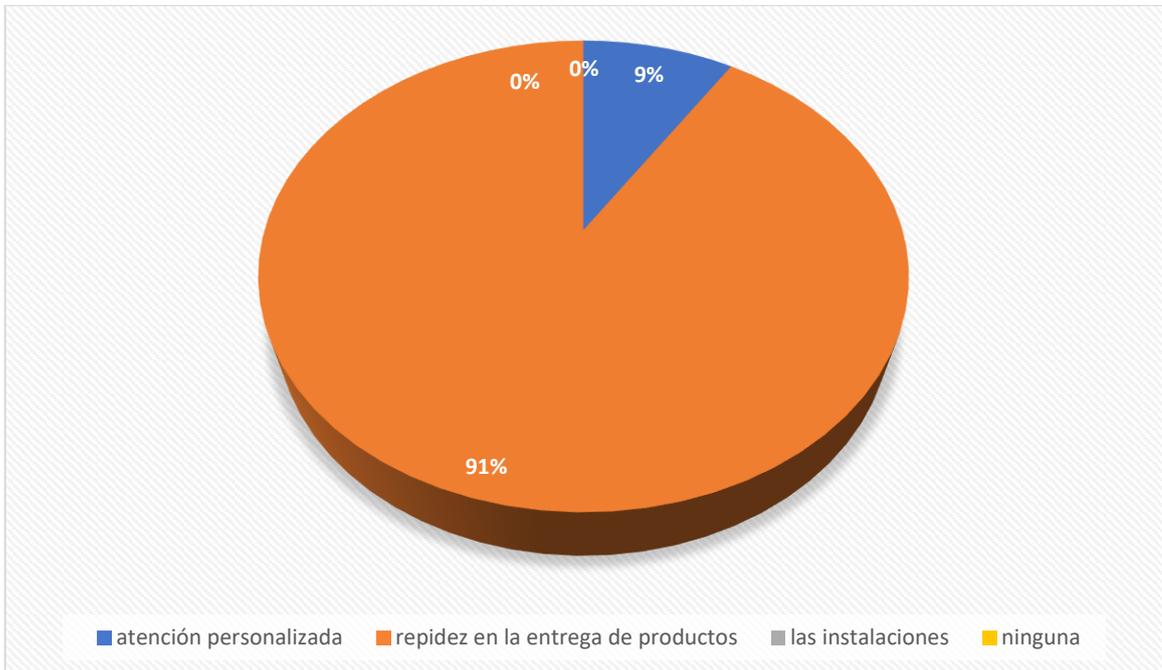


Figura 20. Factores de calidad de servicio
Fuente: Tabla 3

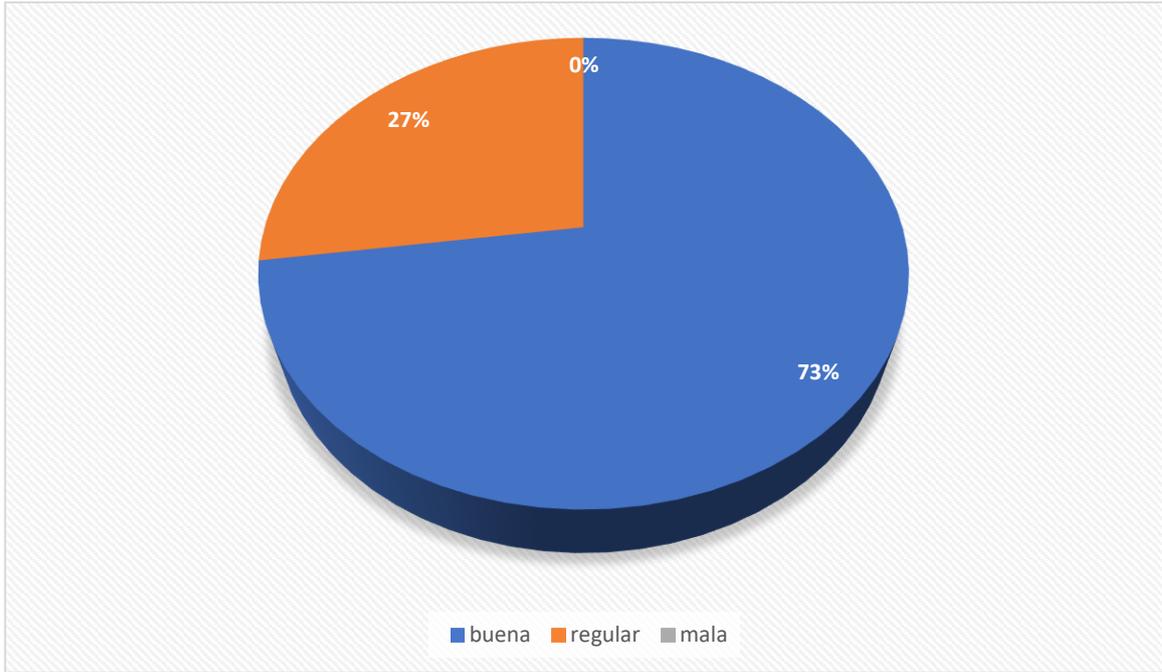


Figura 21. Atención brindada
Fuente: Tabla 3



Figura 22. Descargo de una mala atención
Fuente: Tabla 3

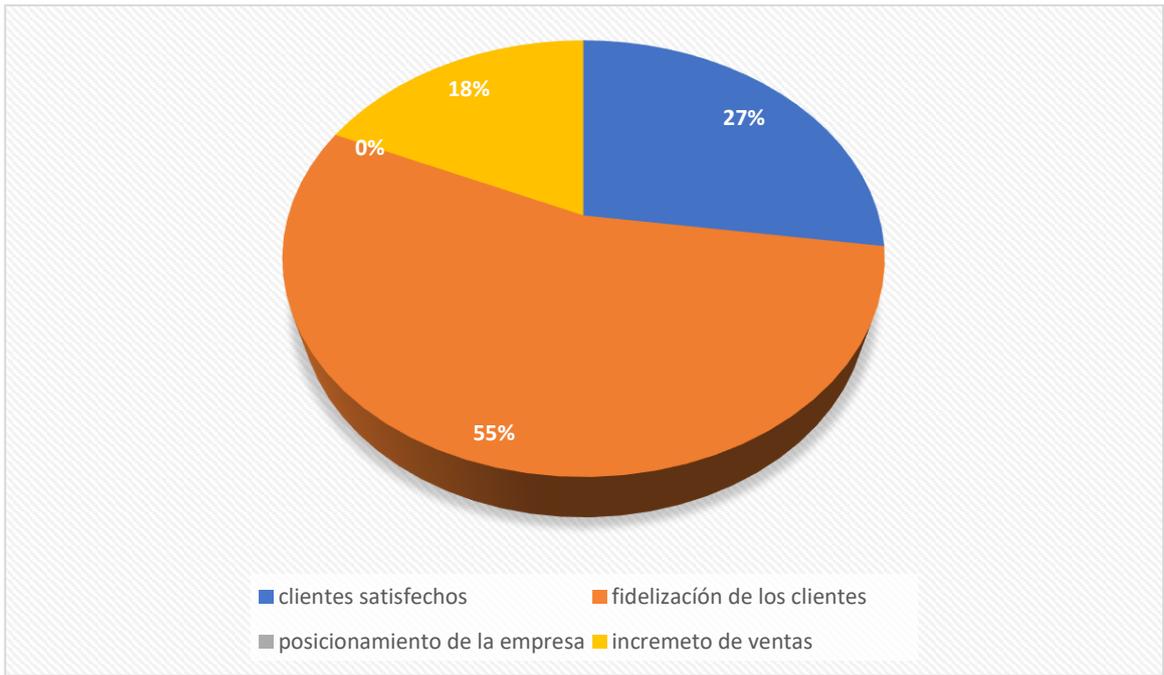


Figura 23. Resultados de una buena atención
Fuente: Tabla 3

Anexo 07: Hoja de consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a) Propietario (a) de la micro y pequeña empresa restaurant la “caravana” estamos llevando a cabo un estudio de investigación optar el grado académico de Bachiller en Ciencias Administrativas denominada: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Moro, 2018.

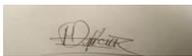
Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas a la gestión de calidad en Atención al cliente de su empresa

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas sobre el estudio, puede comunicarse con mi persona al teléfono N° 967037821, correo cruzjaramillomely@gmail.com o con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Perú: Carlos Enaldo Rebaza Alfaro con celular N° 931116791 y a los Correos: carlosenaldorebazaalfaro@gmail.com y crebazaa@uladech.edu.pe

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con mis derechos como ciudadano. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Melisa Y. Cruz Jaramillo		Julio 2019	09:06 am
Nombre del investigador	Firma del investigador	Fecha	Hora
Carlos E. Rebaza Alfaro		Abril 2020	
Nombre del docente tutor	Firma del docente tutor	Fecha	Hora