



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS
Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS - RUBRO RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA, CIUDAD DE SANTA, 2016.

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

AUTORA

ESTHER LUCIA VALDERRAMA MENDOZA

Orcid: 0000-0003-4722-6069

ASESOR

REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

Orcid: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE - PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Valderrama Mendoza, Esther Lucia

Orcid: 0000-0003-4722-6069

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Orcid: 0000-0002-5746-9374

Presidenta

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Orcid: 0000-0002-5471-4549

Miembro

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuli Yolanda.

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel.

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar.

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la vida y en el día a día darme las fuerzas de superación, por guiarme y siempre guardarme de todo mal.

A mis padres: María y Santos por su inmenso amor, paciencia y confianza. Por una vez más apostar por mí y por su gran apoyo.

A mi hijo: Adriano porque es ese motor que me impulsa a seguir adelante, superarme y buscar el bienestar para él.

A los representantes: de las Mypes de la Ciudad de Santa quienes estuvieron dispuestos a brindar información.

A los docentes: que ciclo a ciclo formaron parte de mi desarrollo y crecimiento intelectual

DEDICATORIA

A Dios, que con su infinito apoyo,
ha estado conmigo en cada paso que
doy, cuidándome y dándome
fortaleza para continuar.

A los representantes de las micro y
pequeñas empresas del sector
servicios – rubro restaurantes de
comida criolla de la Ciudad de Santa,
que con su apoyo me permitieron
realizar mi informe de tesis.

A mi asesor, a quien le debo gran
parte de mis conocimientos,
gracias por su paciencia y
enseñanza.

RESUMEN

En la investigación se planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016? Se planteó como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016. El diseño de investigación fue no experimental-transversal, descriptivo. Para el recojo de información se escogió una población muestral de 10 Mypes, se le aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, la técnica fue la encuesta. Se obtuvo los siguientes resultados: el 90% de las Mypes no conoce el término de gestión de calidad, el 70% no utiliza ninguna técnica moderna; el 70% si aplican gestión de calidad en el servicio que brindan, el 90% si atienden y dan solución a los reclamos de los clientes, el 60% consideran que la atención que brindan es buena. Finalmente las conclusiones son: la mayoría absoluta de las Mypes no conocen el término de gestión de calidad, no utiliza ninguna técnica moderna, si aplican gestión de calidad en el servicio que brindan, atienden y dan solución a los reclamos de los clientes, la mayoría considera que brinda una buena atención.

Palabras claves: Atención al cliente, Gestión de Calidad, Micro y pequeñas empresas, Servicios.

ABSTRACT

The following problem was raised in the research: What are the main characteristics of quality management in customer service for micro and small companies in the services sector of Creole food restaurants in the city of Santa, 2016; Its general objective was to determine the main characteristics of quality management in customer service in the micro and small companies of the services sector of Creole food restaurants in the city of Santa, 2016. The research design was not experimental-transversal, descriptive. For the collection of information a sample population of 10 Mypes was chosen, a questionnaire of 22 closed questions was applied, the technique was the survey. The following results were obtained: 90% of Mypes do not know the term of quality management, 70% do not use any modern technique; 70% if they apply quality management in the service they provide, 90% if they attend and solve customer complaints, 60% consider that the attention they provide is good. Finally the conclusions are: the absolute majority of Mypes do not know the term of quality management, does not use any modern technique, if they apply quality management in the service they provide, attend and give solution to the claims of the clients, the majority considers that it provides good care.

Keywords: Customer service, Quality Management, Micro and small businesses, Services.

CONTENIDO

TÍTULO DE LA TESIS	i
EQUIPO DE TRABAJO	ii
JURADO EVALUADOR Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de Literatura	9
III. Hipótesis	31
IV. METODOLOGÍA.....	32
4.1 Diseño de la investigación.....	32
4.2 Población y muestra.....	33
4.3. Definición y Operacionalización de la Variable e Indicadores	34
4.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	37
4.6 Matriz de Consistencia	38
4.7 Principios Éticos.....	39
V. Resultados.....	40
5.1 Resultados.....	40
5.2 Análisis de Resultados	45
5.3 Plan de Mejora	52
VI. Conclusiones.....	62
RECOMENDACIONES.....	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.	40
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad Santa, 2016.	41
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016. ...	42
Tabla 4. Elaborar un plan de mejora sobre gestión de calidad en atención al cliente para las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes.	80
Figura 2. Género de los representantes.	80
Figura 3. Grado de instrucción.	81
Figura 4. Cargo que desempeña.	81
Figura 5. Tiempo en el cargo.	82
Figura 6. Tiempo de permanencia en el cargo.	83
Figura 7. Número de trabajadores.	83
Figura 8. Objetivo de Creación.	84
Figura 9. Conoce el término gestión de calidad.	85
Figura 10. Técnicas de Gestión de Calidad.	85
Figura 11. Dificultades para su implementación.	86
Figura 12. Técnicas de medición de rendimiento.	86
Figura 13. La excesiva rotación del personal impide una adecuada gestión de calidad.	87
Figura 14. Factor principal para generar rentabilidad.	87
Figura 15. Ayuda a alcanzar los objetivos y metas.	88
Figura 16. Aplica gestión de calidad en el servicio que brinda.	88
Figura 17. Es fundamental para que el cliente regresa al establecimiento.	89
Figura 18. La atención que brinda es.	89
Figura 19. Técnicas modernas de atención al cliente.	90
Figura 20. Brinda una mala atención al cliente.	90
Figura 21. Atiende y da solución a los reclamos de los clientes.	91
Figura 22. Permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.	91

I. Introducción

Las empresas que hoy son potencia en el mercado, no siempre fueron así, aquellas empezaron desde abajo. En su gran mayoría empezaron como negocios pequeños y los que asumían las riendas eran los propios familiares. Las empresas han ido evolucionando con el pasar de los tiempos. Las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) cumplen un rol muy importante en la economía no solo en nuestro país sino a nivel mundial, ya que son fuente generadora de empleo, ayudan en la reducción de la pobreza, fomenta el crecimiento y desarrollo económico. En nuestro país las Micro y Pequeñas empresas presentan deficiencia en la calidad del producto o servicio que ofrecen, sus representantes en su gran mayoría solo piensan en el presente y en ganar dinero hoy, pero no en mejorar sus productos o servicios y menos en invertir en el negocio. Es por ello, que muy pocas empresas surgen en el mercado. Para ello, es fundamental la gestión de calidad, la utilización de herramientas administrativas y la aplicación de estrategias que les permitan ser más competitivas y permanecer en el mercado.

Pero estos problemas no solo se presentan a nivel nacional sino también internacionalmente por mencionar:

En la Unión Europea (UE) las MIPYMES, cumplen un papel decisivo e importante en la competitividad y el dinamismo de la economía. Estas llegan a representar el 99% de empresas y llegan a proporcionar dos de cada tres empleos del sector privado, constituyendo más de la mitad del valor total creado en la región. Para poder desarrollar su potencial de crecimiento, estos desarrollaron un proceso de promoción del emprendimiento y la creación de un marco empresarial con la finalidad de ser respetuosos con las pequeñas empresas. Para llevar a cabo estas ideas también hicieron factibles las líneas de crédito y subsidios para que puedan mejorar su posición en el mercado. (Valdés y Sánchez, 2012).

En América Latina, en su gran mayoría las MIPYMES son informales y surgieron de los procesos de automatización social, siendo producto de la integración de las economías a la globalización. Durante el año 2011, se estimó que el 50% de la población urbana ocupada estaba en la categoría de empleo informal, implicando esto una falta de protección social, acceso a los derechos laborales y por ende percibir ingresos bajos. Además, no existía un adecuado control de calidad ya sea en los productos o servicios brindados, debido a que un gran número de empresas no eran reguladas. Por lo tanto, cada representante actuaba de acuerdo a su conveniencia, mas no mediante una adecuada gestión de calidad y menos con una responsabilidad social. Actualmente sigue la informalidad de las empresas y por ende los problemas de una inadecuada administración. (Valdés y Sánchez, 2012).

Por otro lado, en Estados Unidos las MIPYMES, constituyen el 99% de empresas y generan aproximadamente el 75% de nuevos empleos netos que se da cada año en la economía del país. La participación del sector servicios es de aproximadamente un 75% del producto bruto interno. El papel fundamental que han asumido los servicios en la economía norteamericana constituye el factor clave detrás de la creciente importancia de la calidad del servicio de todo lo que como nación produce, consume y exporta. Las necesidades que tienen son las mismas a las de otros países (preparación para lanzarse a nuevos mercados, habilidad empresarial y recursos productivos). Por ello, es fundamental la preparación y la transmisión de información de la gestión administrativa para generar en los representantes habilidades y estrategias que les permitan ser más competitivos, de tal manera que permanezcan en el mercado, obtengan mayor rentabilidad y puedan invertir en nuevos mercados. Zeithaml, Parasuaman & Berry (2007).

A su vez en México, los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) refleja que a pesar de ser la mayor cantidad de empresas, generan casi tres cuartas partes del empleo total, en producción solo generan en conjunto el 35% del producto bruto total. Incluso si se considera para para efectos de análisis, únicamente a las empresas micro se obtiene que el 95% de las empresas existentes generan poco más del 8% y 4 de cada 10 empleos. Esta situación tiene a su vez implicaciones en términos de baja productividad con un 20% del promedio nacional. Por supuesto, una de las múltiples razones de esta situación deriva de que son de tipo familiar y con el paso del tiempo, un aumento de la participación en el mercado requiere de poder incrementar su tamaño. Sin embargo, algunas de estas empresas no realizan cambios organizacionales, ni de gestión, o incluso jurídicos para poder bases de crecimientos más sólidas. (Góngora, 2013).

En Argentina, según el Ministerio de la producción entre los años 2010 y 2016 hubo en promedio 3.776 empresas de rápido crecimiento por año. En general, estos emprendimientos son de un alto impacto en la creación de empleo privado formal. A su vez, están asociadas al desarrollo o adopción de nuevas tecnologías, productos y procesos que se traducen en aumentos en la productividad. Recientes investigaciones en base a encuestas realizadas por el Banco Mundial confirman los principales obstáculos que deben enfrentar las Pymes siendo estos: la presión tributaria y las posibilidades de financiar la empresa, condicionando sus posibilidades de desarrollo. Las prácticas de competencia desleal (comercio informal, relaciones laborales informales), que también ejerce una influencia negativa en la gestión de la misma. La inestabilidad política, debido a que existe una escasa presencia de políticas de desarrollo a largo plazo, incertidumbre económica y la inseguridad jurídica. (Rousseaux, 2017).

Por otro lado, en Chile las MIPYMES también son las principales generadoras de empleos, alcanzando el 70% de los puestos de trabajo, siendo sin duda un número importante en la economía del país no solo por la creación de puestos de trabajo sino porque también aumenta la productividad en épocas de recesión o desaceleración. Pero el 52,2% de estas son informales. Esto le genera desventajas al momento en que requieren un financiamiento, debido a que para que te den préstamo las entidades requieren que la empresa tenga como mínimo dos años y cuente con sus balances y pues estas en su mayoría no cuentan con contabilidad sofisticada. Además, no realizan capacitaciones ya que lo ven como un gasto, por ende tiene bajos conocimientos y habilidades de gestión y menos podrán brindar una eficiente atención al cliente. Es por ello que muy pocas logran sobrevivir en el mundo competitivo de los negocios empresariales. (Zúñiga, 2018).

En el Perú las Mypes, representan el 93,9% a las microempresas y tan solo 0,2% son pequeñas. Estas cumplen un rol muy importante debido a que aportan con un 24% al PBI nacional y 85% del empleo, siendo la principal fuente de empleo en el país. Según Alfonso Bustamante, presidente de COMEXPERÚ menciono que el 65,7% de trabajadores no son remunerados de manera formal, debido a que el 68,8% de la mano de obra que emplean es familiar. Además consideró que el 83,5% son informales. (Diario Gestión, 2018).

Mayormente surgen por necesidades insatisfechas de los sectores pobres, desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas o dificultades para obtener créditos. Son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de producción, prestación de servicios, comercialización de bienes, transformaciones y extracciones. Su aporte produciendo u ofertando bienes o servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiendo valor agregado constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo. Pero carecen de gestión de calidad, capacitación, falta de capital de trabajo debido al elevado financiamiento de crédito,

poca asistencia técnica y demasiada informalidad. Bajo este panorama es indispensable que el gobierno, ministerios e instituciones accionen una agresiva política para promocionar las Mypes y a la vez efectúen coordinaciones con el sector privado para introducir las Mypes en actividades exportadoras y aprovechar las oportunidades que generan los Tratados de Libre Comercio (TLC), además brindarles financiamientos de créditos competitivos y accesibles implementando comités locales y regionales orientados para su formalización y gestión que ayuden a mejorar la calidad, productividad y competitividad. (Palacios, 2018).

Otro problema que presentan las Mypes es la inadecuada administración que llevan estas empresas: debido a que no cuentan con un organigrama, no realizan selección de personal porque mayormente son negocios familiares, tampoco capacitan al personal eso trae consigo una mala atención al cliente por la falta de conocimiento de los productos o servicios, la manera en cómo tratar y atender al cliente. Tampoco conocen sobre gestión de calidad, no hacen uso de herramientas administrativas ni de estrategias de servicios. Además, externamente se da por el poco acceso a la tecnología, la baja demanda, la elevada competencia, la corrupción y la deficiente infraestructura. (Avolio, Mesones & Roca, 2013).

Por otro lado en Arequipa, una parte significativa de las MYPES no cuentan con una gerencia adecuada, este hecho afecta negativamente en la competitividad debido a que no están bien posicionados y mucho menos tienen un plan que les permita ir cumpliendo de acuerdo a lo establecido, con mayor facilidad podrán ser reemplazados por la competencia. Este es uno de los departamentos más importantes del país debido al turismo. Por ende, es fundamental que estas empresas empiecen a plantearse metas y objetivos. Eso se logrará con una adecuada gestión de calidad, la implementación de herramientas administrativas y de estrategias que les permita brindar de manera eficiente los productos o servicios con una buena atención al cliente (Centty, 2011).

En la ciudad de Chimbote, existen muchas Mypes del sector servicios rubro restaurantes dedicadas a la venta de comida, pero son muy pocas las que van creciendo y desarrollándose en el mercado, en su gran mayoría de estas no aplican gestión de calidad en sus servicios, no innovan y menos se enfocan en brindar una buena atención al cliente.

A nivel local en la ciudad de Santa, donde se va a desarrollar la investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de comida criolla denominada restaurantes, pero se desconoce si estas aplican gestión de calidad en la atención al cliente.

Por lo que se planteó la siguiente pregunta de investigación ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016?

Para dar respuesta al problema, se formuló el siguiente objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Para poder cumplir el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016; conocer las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016; identificar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016; y elaborar un plan de mejora sobre gestión de calidad

en atención al cliente para las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Esta investigación se justifica ya que permitirá conocer las principales características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y de la gestión de calidad en la atención al cliente del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016. Permitirá mediante la propuesta de mejora que las empresas realicen sus procesos de manera eficiente, brinden una mejor atención al cliente, puedan ser competitivos, atraer más clientes y por ende mayores ventas aumentando su rentabilidad y mayores probabilidades de crecer y desarrollarse en el mercado. A la vez, permitirá que la empresa perdure en el tiempo, generando mayores puestos de trabajo y beneficiara a la población al tener un lugar cercano donde pueda adquirir sus productos o servicios. Finalmente se justifica porque servirá como base para realizar otras investigaciones similares en el mismo sector u otros en la ciudad de Santa o en otros ámbitos geográficos de la región o el país.

El tipo de investigación fue descriptivo, el diseño fue no experimental-transversal, para el recojo de información estuvo dirigida a una población muestral de 10 Mypes, a quienes se le aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta.

Obteniéndose los siguientes resultados, a las encuestas aplicadas a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016. De acuerdo a la variable gestión de calidad en atención al cliente son: 90% no conocen el término gestión de calidad, el 60% no conoce la técnica de gestión de calidad, el 50% tienen dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a que no se adaptan a los cambios, el 80% utilizan la técnica de observación para medir el desempeño laboral y este mismo porcentaje consideran que la excesiva rotación del personal impide una adecuada gestión de

calidad, el 100% considera que es un factor fundamental para generar rentabilidad, a su vez considera que ayuda a cumplir los objetivos y metas. En cuanto a la variable atención al cliente, el 70% aplican gestión de calidad en el servicio que brindan, el 100% considera que es fundamental para que el cliente regrese, el 60% consideran que la atención que brindan es buena, el 100% aplican el lenguaje corporal como técnica moderna de atención al cliente, el 80% considera que si está brindando una buena atención al cliente, el 90% si atienden y dan solución a los reclamos de los clientes, el 100% considera que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Las conclusiones son: la mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas no conocen el término de gestión de calidad, tampoco conocen técnicas de gestión de calidad, a la vez la mitad tienen dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a que no se adaptan a los cambios, la mayoría utiliza la técnica de observación para medir el desempeño, el total considera que la excesiva rotación del personal impide una adecuada gestión de calidad, además consideran que es el factor principal para generar rentabilidad y la totalidad considera que ayuda a cumplir los objetivos y metas, la mayoría si aplica gestión de calidad en el servicio que brindan, la totalidad considera que es fundamental para que el cliente regrese, más de la mitad considera que la atención que brinda es buena.

II. Revisión de Literatura

2.1 Antecedentes

Antúnez (2017) en su investigación *Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey, 2016*. Planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes, 2016? Para dar solución al problema planteó el siguiente 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 en la ciudad de Huarmey, 2016. Para cumplir con el objetivo general planteó los siguientes objetivos específicos: determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes, ciudad Huarmey, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes, ciudad Huarmey, 2016. Y determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes, ciudad de Huarmey, 2016. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. La población fue de 26 Mype y la muestra fue de 22 Micro y pequeñas empresas. La técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento de investigación fue el cuestionario. El plan de análisis utilizó el programa Excel, el PDF y el Word para desarrollar el informe de investigación. Los principios éticos fueron: confidencialidad, confiabilidad, respeto a la persona y veracidad. Llegó a los siguientes resultados el 72,7% tiene una edad entre 31-50 años de edad, el 63.6% son de género masculino, el 45,5% tiene un grado de instrucción superior. Referente a las Micro y Pequeñas empresas el 63,6% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 68,2 tiene de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 63,6 tiene entre 1

a 5 trabajadores. El 59,1% de las micro y pequeñas empresas si aplican una gestión de calidad, el 40,9% manifiestan usar la mejora continua como técnica de gestión de calidad en su negocio, el 55.5% considera que la gestión de calidad es uno de los factores para generar rentabilidad, el 50.9% si aplica gestión de calidad en el servicio que brinda, el 48,6% considera que la atención que brinda al cliente es buena, el 67,8% si cree que la gestión ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización y el 80% considera que la atención al cliente permite el posicionamiento de la empresa en el mercado. Concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en la ciudad de Huarney son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino con grado de instrucción superior. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, consideran que la gestión de calidad es un uno de los factores pilares para generar rentabilidad, también consideran que brindan una buena atención al cliente y que la gestión ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización. La mayoría absoluta cree que la atención al cliente permite el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Vásquez (2017) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, Rubro Pollería, Chimbote, 2016*. Planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollería, Chimbote, 2016? Para dar solución al problema planteó el siguiente 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 pollería, Chimbote, 2016. El diseño de la investigación fue Experimental –

Transversal – Descriptivo. La población fue de 15 Mypes de este rubro. La técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento que empleó fue el cuestionario. Para desarrollar el plan de Análisis los programas de Microsoft Word, Excel y PDF. Los principios éticos fueron la confiabilidad, la confidencialidad y la integridad. Los resultados obtenidos de la encuesta fueron: El 75,0% de los representantes tienen de 31-50 años de edad, el 66,7% son de género masculino y el 75,5% tiene superior universitaria. El 50,0% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años en el rubro y el 83,3% tiene de 1 a 5 trabajadores. El 60% si conoce el termino de gestión de calidad, el 50% conoce la mejora continua como técnica moderna de la gestión de calidad, el 50% considera que la gestión de calidad es uno de los factores principales para generar rentabilidad, el 50% considera que ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización, el 58,3% si están aplicando gestión de calidad, el 75,0 considera que la atención que brinda es buena, el 50,0% considera que si atiende y da solución a los reclamos de los clientes, el 78.3% considera que permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Las conclusiones fueron: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollería de la ciudad de Chimbote, son personas adultas, tienen entre 31 a 50 años de edad, la mayoría son de género masculino y así mismo la mayoría tienen grado de instrucción superior universitaria. La mayoría de las Micro y pequeñas empresas tienen una permanencia en el rubro de 7 a más años y en su mayoría tienen entre 1 a 5 trabajadores. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, señalan que conocen el término de gestión de calidad, la mayoría conoce la técnica de mejora continua, asimismo la mayoría considera que es la gestión de calidad uno de los factores principales para generar rentabilidad y ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización, asimismo la mayoría si están aplicando gestión de calidad y la atención que brindan a sus clientes es buena, a su vez la mayoría considera que atiende y da solución a los reclamos de

los clientes, y por último la mayoría considera que permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Vasallo (2017) en su investigación *Gestión de Calidad en atención al cliente, en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios, rubro Agencia Movistar Móvil, Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro agencias movistar móvil, Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2016? Para dar solución al problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios, rubro Agencia Movistar Móvil, Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2016. Para cumplir con el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características del representante de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro Agencia movistar móvil, Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2016; determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro agencia movistar móvil, Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2016; determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresa del sector servicios, rubro agencia movistar móvil, Casco Urbano del distrito de Chimbote, 2016. El diseño de la investigación fue no experimental, transversal y descriptivo. El tipo de investigación fue descriptivo y el nivel fue cuantitativo. La población fue de 15 Mypes y la muestra fue de 13 Micro y Pequeñas Empresas de este rubro. La técnica que utilizo fue la encuesta y el instrumento que empleó fue el cuestionario. Para desarrollar el plan de análisis utilizo diversos programas de Microsoft Office 2013, tales como: Word y Excel. Los principios éticos fueron: confidencialidad, confiabilidad, respeto a la persona y veracidad. Los resultados obtenidos de la

encuesta fueron: el 69% de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años, el 62% son de sexo masculino, el 54% tienen grado de instrucción superior universitaria, el 77% son dueños, el 69% vienen desempeñando en el cargo de 7 años a más. El 85% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, el 69% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 100% fue creado con la finalidad de obtener rentabilidad. El 92% de las personas encuestadas mencionaron que si conoce el término de gestión de calidad, el 100% conoce la técnica de atención al cliente, el 61,5% tiene aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, el 69% usa la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal, el 92% consideró que si contribuye la gestión de calidad a mejorar la rentabilidad del negocio, el 85% consideran que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados en la empresa, el 100% si aplican gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, el 54% consideran que la atención que brindan es buena, el 62% opinan que la mala atención se da por una mala organización de los trabajadores, el 100% considera que si es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes, el 100% cree que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado. Se concluye: La mayoría de los representantes de las Mypes están siendo dirigidas por personas de 31 a 50 años, son de género masculino, con grado de instrucción superior universitaria, son dueños y desempeñan el cargo de 7 años a más. La mayoría absoluta de las Micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, tienen de 1 a 5 trabajadores y fue creado para obtener rentabilidad. Además la mayoría de Mypes si conoce el termino de gestión de calidad, a su vez conocen la herramienta de gestión de calidad, tienen un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal y a la vez creen que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y ayuda a alcanzar las metas y objetivos

trazados en su empresa. La totalidad de las Mypes si conoce el término de atención al cliente, si aplican gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes y respondieron que si es fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento, brindan una buena atención en su negocio y la mala atención se da por una mala organización de los trabajadores, son eficientes cuando su empresa atiende y da solución a los reclamos de los clientes, la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Fernández (2017) en su investigación *Gestión de Calidad y Capacitación al personal de las Micro y Pequeñas empresas del Sector Servicios, Rubro – restaurantes, Sector Central – La Esperanza, años 2016*. Planteó el siguiente problema: Cuáles son las características de la gestión de calidad y capacitación al personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro – restaurantes, Sector Central – La Esperanza, año 2016? Para dar solución al problema se plantea el siguiente objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad y capacitación al personal de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro – restaurantes, Sector Central – La Esperanza, año 2016? El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptiva. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Los principios éticos fueron la confiabilidad de la información dada por los dueños, la confidencialidad y también evitar un mal uso de la información. Los resultados de la investigación fue: el 57,1% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen edad promedio entre 30 a 50 años, el 78,6% es de género femenino, el 42,9% son técnicos. El 92,9% de las Micro y pequeñas empresas son formales, el 92,9% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 37,7 tienen como objetivo generar ganancias. El 100% de las Mypes conocen técnicas de gestión en atención al cliente, el 64,3% utiliza la técnica del Benchmarking, el 100% enfocan su gestión completamente hacia el cliente, el 50% considera que la atención personalizada, el poco tiempo de espera, la amabilidad, la

limpieza del local y la apariencia del trabajador son elementos que indican que la gestión está enfocada al cliente, el 64,3% integra algunas veces a los trabajadores al momento de dar indicaciones para la mejora continua del servicio, el 100% consideran que su personal es apto para estar en contacto con el cliente, el 64,3 indica que la comunicación es un elemento importante al estar en contacto con los clientes, el 42,9% motivan algunas veces a los clientes, el 50% si motivan a los clientes con precios cómodos. Se concluye que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen edad promedio entre 30 y 50 años, son de género femenino y tienen grado de instrucción técnico. La mayoría de Mypes tienen de 1 a 5 años en el mercado son formales, cuentan con 1 a 5 trabajadores y su objetivo es generar ganancia. La mayoría de las Mypes se valen de la técnica del Bechmarking para asegurar que la gestión de calidad está enfocada completamente al cliente, consideran que la atención al cliente personalizada, el poco tiempo de espera, la amabilidad, la limpieza del local y la apariencia del trabajador, son elemento que indican que la gestión de calidad está enfocada al cliente, integran algunas veces a los trabajadores al momento de dar las indicaciones para la mejora del servicio, estiman que la comunicación es un elemento que indica que cuenta con personal apto para la atención al cliente, algunas veces motivan a los clientes para que consuman nuevamente su servicio, utilizan los precios cómodos como una forma de motivar para que usen otra vez el servicio, en la totalidad de ellas se conoce técnicas de gestión en atención al cliente, la gestión está enfocada al cliente y el personal está apto para estar en contacto con los clientes.

Sánchez (2015) en su investigación *Gestión de Calidad y Competitividad de las Mypes rubro restaurantes Cevicherías del Asentamiento Humano la Primavera Castilla, 2015*. Planteó el siguiente problema: ¿De qué manera incluye la gestión de calidad y competitividad de las Mype, rubro restaurante cebicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015? Para dar solución al problema planteó el siguiente objetivo general: Determinar la manera en la que influye la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Para cumplir con el objetivo general planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar qué características tiene la gestión de calidad de las Mypes de las Mype, rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015; identificar los elementos de gestión de calidad de las Mype, rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015; y determinar los elementos de la competitividad de las Mype, rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. El tipo de investigación descriptivo, el diseño de la investigación fue no experimental – transversal, el nivel fue cuantitativa, la población muestral para la variable gestión de calidad fue 3 administradores, la técnica fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Llego a los siguientes resultados en la variable gestión de calidad: el 100% de los encuestados manifestaron que el tipo de proceso de su empresa es de servicios, el 100% si está desarrollando correctamente los procesos de la elaboración de alimentos, el 100% si está desarrollando correctamente los procesos de la elaboración de alimentos, el 67% de los encuestados respondieron que usa información básica para la toma de decisiones, el 100% realizan sus actividades de compra de forma planificada, el 67% no planteó estrategias para alcanzar sus objetivos propuestos, el 100%

si tienen una estructura de responsabilidad en el personal del servicio, el 100% si tiene un flujo de comunicación con el personal del servicio dentro de la empresa, el 100% de los encuestados no capacitan a su personal en cuanto a la importancia de la calidad, el 100% de las Mypes no cuentan con misión y visión, el 100% considera que si existe interés por la calidad en el restaurante. Se concluye que las características que tiene la gestión de calidad es la falta de conocimiento, la resistencia al cambio a nivel gerencia. Por lo que los empresarios del grupo analizado deben de implementar un sistema de calidad como estrategia de gestión para ser más competitiva. Las Mypes del rubro estudiado tiene que dar mayor realice a los elementos de la gestión de calidad debido a su importancia dentro del sistema. Además las Mypes presentan debilidades a la importancia de ajuste en los precios, en las nuevas tendencias de innovación, en las medidas estándares de calidad y la satisfacción que exige el cliente por lo que es importante que se considere perfeccionar sistemas propios de planeación, organización, dirección y control dirigidos a lograr altos niveles de satisfacción entre los individuos que en ella concurren.

Ríos (2016) en su investigación *Gestión de Calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco, año 2015*. Planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco, 2015? Para dar solución al problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco, 2015. La presente investigación fue de tipo descriptivo – cuantitativo, el diseño de la investigación fue no experimental. Dicha investigación tuvo como población muestral 20 Mypes, la técnica empleada

fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Llegó a los siguientes resultados: el 65% de los representantes legales de las Mypes encuestadas son de sexo masculino, el 35% tienen entre 35 a 44 años de edad, el 60% tienen instrucción superior universitaria completa. El 50% de las Micro y pequeñas empresas tiene entre 5 a 7 años, el 90% son formales, el 95% tiene un número permanente de trabajadores, el 45% considera que fue creada para generar ingresos para solventar los gastos familiares. El 50% indica que los principales factores que generan calidad al servicio que brinda es la buena atención, el 85% creen que la gestión de calidad es importante para la organización, el 75% consideran que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad, un 80% respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado, el 85% dijeron que el servicio que brindan es de calidad. Se concluye que los menos de la mitad representantes tienen entre 35 a 44 años de edad, la mayoría son de sexo masculino y de grado de instrucción es de superior universitaria completa. La mitad de las Mypes tienen de 5 a 7 años en el sector servicios, la gran mayoría son formales y menos de la mitad consideró que el motivo por el cual se formó la empresa fue para generar ingresos y poder solventar los gastos familiares. Respecto a la variable gestión de calidad la mitad de Mypes afirmaron que los principales factores que generan calidad al servicio que brindan es la buena atención al cliente, la mayoría consideró que la calidad es importante para la organización y la calidad del servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, la gran mayoría creen que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado y que el servicio que brindan a los clientes es de calidad.

2.2 Bases Teóricas

Las Micro y Pequeñas Empresas

Cumplen un rol muy importante en la sociedad siendo negocios pequeños en su gran mayoría familiares generan empleo y dinamizan la economía. El Congreso de la Republica mediante la Ley 28015 (2003) menciona que:

La Micro y Pequeña Empresa es una unidad económica y puede estar constituida por una persona natural o jurídica, esto se da bajo cualquier forma de organización o de gestión empresarial y que contemplada en la legislación vigente, está tiene como objeto el desarrollo de actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o de prestación de servicios. (p. 1).

Las Mypes lo conforman las personas naturales o jurídicas, aquellas pueden estar dedicadas a la transformación de materia prima e insumos en productos terminados mediante procesos, extracción, producción o comercialización ya sea de bienes o servicios. Estas pueden definirse mediante el volumen de ventas, el capital, la cantidad de trabajadores que laboran dentro de la organización, sus activos sean tangibles e intangibles.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

Las Mypes deben ubicarse en diferentes categorías empresariales y a la vez deben estar establecida en función a sus niveles de ventas anuales. El Congreso de la Republica mediante la promulgación de la Ley 30056 (2013) establece lo siguiente:

En la Microempresa las ventas anuales deben ser hasta un monto de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), pero en el caso de la Pequeña Empresa las ventas anuales

deben ser superiores a 150 UIT y puede ser hasta un monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), en cambio en la Mediana Empresa las ventas anuales son superiores a 1700 UIT y es hasta un monto máximo de 2300 UIT (p. 14).

Las Mypes están ubicadas en diferentes categorías empresariales como son: microempresa, pequeña empresa y mediana empresa, a su vez están determinadas en función a los niveles de ventas anuales. Generalmente son dirigidas y operadas por sus dueños, el ambiente o local es reducido, tienen limitados recursos financieros y muy poco emplean la tecnología en sus negocios.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

Las experiencias a nivel internacional muestran que en las fases del crecimiento económico las Mypes cumplen un rol muy importante debido a que con su aporte ya sea produciendo u ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, llegan a constituir un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo. Según Tello (2014) menciona lo siguiente:

La importancia de las Mypes se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar considera que es la principal fuente de empleo y en segundo lugar puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Pudiendo así dar oportunidad a que las personas sin empleo y de bajos recursos puedan generar su propio trabajo y puedan contribuir con la producción de la gran empresa (p. 8).

Las Mypes contribuyen en la reducción de la pobreza e impulsan el desarrollo y crecimiento económico del país, debido a que generan empleo. Además sus representantes son emprendedores e innovadores y crean nuevos productos y servicios para satisfacer a sus clientes.

Lineamientos de las Micro y Pequeñas Empresas

La acción del Estado en materia de promoción de las Mype se orienta a lineamientos estratégicos. El Congreso de la República mediante la promulgación de la Ley 28015 (2003) determinan los siguientes lineamientos:

Promueve y desarrolla programas e instrumentos que estimulen la creación, el desarrollo y la competitividad de las Mypes, en el corto y largo plazo fortaleciendo así la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores involucrados. Además, promueve y facilita la consolidación de la actividad y tejido empresarial mediante la articulación inter e intrasectorial, regional y de las relaciones entre unidades productivas de distintos tamaños, fomentando así la asociatividad de las Mype y la investigación en cadenas productivas, distributivas y líneas de actividad con ventajas distintivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico. También, fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población y promueve la iniciativa e inversión privada, interviniendo en aquellas actividades en las resulte necesario complementar las acciones que lleva a cabo el sector privado en apoyo a las Mype. (p. 2).

Estos lineamientos buscan priorizar el uso de los resultados destinados para la promoción, financiamiento y formalización de las Mype, e implementar políticas e instrumentos para mejorar las cadenas productivas y distributivas, con la finalidad de priorizar y garantizar el acceso de las Mype a mecanismos eficientes de protección de los derechos de propiedad intelectual. Esto permitirá que las micro y pequeñas mediante la formalización y financiamiento tengan un mayor crecimiento y sostenibilidad en el mercado al poder cubrir sus gastos externos con sus proveedores e internos con sus trabajadores, teniendo así un mejor clima laboral y todos con un solo objetivo.

Las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicios rubro restaurantes en la ciudad de Santa

Las Mypes del rubro restaurantes de comida criolla de la ciudad de Santa en su gran mayoría están constituidas como personas naturales y los trabajadores son familiares. Este tipo de empresas son dirigidos por emprendedores quienes buscan entrar al mercado con la finalidad de sobresalir y generar ingresos para solventar sus gastos, su principal objetivo es generar rentabilidad en la misma. Estas sirven como fuente de trabajo y de alguna manera dinamizan la economía de la ciudad. Los potajes que brindan son variados y a precios módicos, buscando siempre que el cliente se sienta a gusto con la prestación del servicio.

Sistema de Gestión de Calidad

Es el resultado de las acciones que realizan las empresas para mejorar todos sus procesos. Según la Fontalvo & Vergara (2008) mencionan que:

No se trata de un modelo aislado, sino que obedece un modelo estratégico e integrado en las etapas de la organización, mediante un proceso administrativo. Los procesos ofrecen orientación para corregir optimizar las labores que se realizan a la hora de fabricar, diseñar, distribuir y vender los esfuerzos que se reflejan en el nivel de satisfacción de los clientes o destinatarios (párr.2).

Por lo tanto, es una herramienta que se utiliza a la hora de realizar la planificación, coordinación y ejecución de acciones que fomenten una mejora en la empresa. Es necesario definir los elementos claves durante el proceso y estos suelen agruparse en dos categorías: el primero es el capital humano que se basa en el valor que aportan los integrantes de la organización y en quienes recaen las responsabilidades de ejecutar, monitorear y realizar el seguimiento del sistema

de gestión, para ello, es necesario invertir en recursos para su formación para que pueda realizar sus actividades de manera eficiente; en segundo es el recurso técnico que se basa en las herramientas, dispositivos o maquinas en los que se apoya el personal para ejecutar sus tareas, estas deben estar en constante mantenimiento y actualizadas.

Elementos fundamentales de la Gestión de Calidad

Como bien se sabe, en la gestión de calidad existen diferentes elementos que resultan fundamentales en cualquier organización, ya que serán clarificados para orientar correctamente la organización. Según la ISO 9001 (2015) los elementos fundamentales son los siguientes:

Incrementar en el enfoque al cliente, reducir la incertidumbre, implicarse en la dirección de la organización, objetivos claros e identificables, buena comunicación interna, sistema de control y evaluación de manera continua (párr.8-9).

Es importante que el cliente esté relacionado con todo lo que respecta a la gestión de calidad, debido a que es el primer elemento evaluador del producto o servicio ofrecido, por lo que es necesario que se establezca una completa vocación hacia sus necesidades y expectativas. A la vez se debe reducir la incertidumbre mediante un sistema de evaluación de riesgo. Estos elementos deben trabajar de manera conjunta y en una sola dirección, de tal forma que cada trabajador se sienta integrado y motivado para cumplir los objetivos de la organización.

Definición de Gestión

Según Vicaromero (2013) define a la gestión como: La acción de gestionar y administrar una actividad profesional destinado a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas, con el fin de elaborar la estrategia del desarrollo y a ejecutar la gestión del personal (p. 9).

Asimismo en la gestión es muy importante la acción, porque es la expresión de interés capaz de influir en una situación dada. Se trazan los objetivos y se ejecutan mediante estrategias de desarrollo que permitan mediante la acción el cumplimiento de las mismas.

Definición de Calidad

El carácter sistemático y procesar de la calidad se revela en la sinergia establecida entre el productor y el consumidor en las relaciones sociales de producción. Según Barillas, Hernández & Paredes (2014) mencionan que: La calidad es el grado de aceptación o satisfacción que proporciona un producto o servicio a las necesidades y expectativas del cliente (p. 10). La calidad se basa en satisfacer plenamente las necesidades y expectativas del cliente; esto se logra al diseñar, producir y entregar un productos o servicios con cero defectos de acuerdo a las normas establecidas y brindando respuestas inmediatas a las solicitudes de los clientes para lograr una categoría siempre a la excelencia. Es así que en la actualidad, para obtener bienes y servicios de calidad no solo basta inspeccionarla o asegurarla sino que es imprescindible gestionarla y a la vez conocer las necesidades, deseos y expectativas de la sociedad para que en base a ello se diseñen los productos o servicios que la población lo requiera.

La Calidad crea verdaderos Clientes

La calidad es fundamental dentro de la realización de un bien o un servicio, debido a que si se realiza de manera eficiente se podrá cumplir con los objetivos de la empresa. Además al momento de brindar el servicio también debe estar presente ya que de esta manera el cliente retornara al establecimiento porque llegaron a satisfacer sus necesidades y se fue a gusto. Según Zeithaml, Parasuraman & Berry (2007). Consideraron que:

La calidad del servicio produce beneficios porque crea verdaderos clientes: puede que los clientes se sienten contentos al seleccionar una empresa después de experimentar sus servicios, deseando asistir continuamente y hablando positivamente de la empresa hacia otras personas. De tal manera que concluyen que los verdaderos clientes son como los alquileres: se mantienen y generan ingresos a los fondos de la empresa (p. 8).

Es fundamental conocer las necesidades de los clientes para poder producir o brindar un servicio de acuerdo a lo que ellos requieran, el trabajar pensando en la satisfacción del cliente (un cliente satisfecho regresara una y cuantas veces desee y no solo eso sino que promocionara a su entorno para que concurra al establecimiento). Esto permitirá un mayor reconocimiento y aceptación en el mercado, mayor nivel de ventas y por ende un incremento en la rentabilidad de la empresa.

Principales causas de la baja Calidad

Esto puede darse de muchas maneras. Barrillas, Hernández & Paredes (2014) afirma que las principales causas son: “Errores humanos, imperfecciones de los insumos, errores técnicos. Pero principalmente no conocer los requisitos de los clientes” (p. 9). Los trabajadores dentro de sus actividades pueden cometer algunos errores que perjudiquen la calidad del producto o servicio, puede que los insumos no tengan las medidas necesarias o no estén aptas siendo lo más conveniente revisar antes de utilizarlos, se pueden cometer errores técnicos como falta de organización en los procesos de los servicios o una maquinaria deficiente. Y por último una de las causas fundamentales es no conocer al cliente y sus necesidades, el personal debe ser capacitado de tal manera que conozca y se pueda desenvolver de manera eficiente en el negocio.

¿Qué es gestionar la Calidad?

Según Moreno, Gonzales & Peris (2001) determinan lo siguiente: “gestionar la calidad es el modo en que la dirección planifica, implanta programas y sistemas y controla los resultados con el objetivo de conseguir calidad” (párr.6). Todas las empresas sean pequeñas o grandes necesitan en primer lugar plantificar las áreas, el personal adecuado, el producto o servicio que van a brindar y quienes serán su público objetivo, luego tendrán que ver como lo llevarán a cabo y empezar a dirigir y controlar la organización para un mejor funcionamiento y logro de los objetivos.

La atención al Cliente

El cliente es el activo más valioso que posee una organización. Es necesario que las empresas lo traten como tal y estén pendientes de su forma de pensar y de percibir a la organización. Lo cierto es que muchas empresas no toman en cuenta de lo que realmente son los clientes y de cómo se les debe tratar. Según Altuzarra (2005) establece que: “la atención al cliente es la unión de tres conceptos, siendo el primero servicio al cliente, el segundo es satisfacción al cliente y por ultimo calidad en el servicio (pág.6). Por lo tanto, la atención al cliente es el servicio que brinda una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a satisfacer sus necesidades. Además es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso adecuado de un producto o servicio. A la vez consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que está en contacto con el cliente, brindando asesoramiento y soluciones de calidad siendo una oportunidad para generar satisfacción. Mediante el buen trato en la prestación del servicio, el cuidado de los detalles, la disposición del servicio que manifiesta los empleados y el cumplimiento del servicio permitirá complacer y fidelizar a los clientes. Considerándose que no tienen resultados inmediatos, pero es un objetivo permanente que toda empresa debe cumplir y haciendo participe siempre personal en todo momento.

5 conceptos claves para dar una buena atención al cliente

Hoy en día, la atención al cliente es más importante para todos los negocios. Cualquier experiencia sea buenas o mala puede recibir un eco infinito a través de la red e incluso convertirse en viral y terminar afectando seriamente a la empresa. Existen 5 conceptos claves para dar una buena atención. Según Izquierdo (2018) menciona los siguientes:

Empatía: se trata de uno de los fundamentos de la atención al usuario y tiene mucho que ver con el trato que brinda el empleado a los clientes. (párr. 7).

Amabilidad: tienen mucho que ver con las palabras que se utilizan y el tono de voz que emplea el trabajador hacia los clientes. (párr. 7).

Diligencia: es un concepto tanto olvidado en la atención al cliente, pero no por ello es menos relevante. (párr. 7)

Profesionalidad: su calidad profesional será uno de los factores clave para determinar el éxito o el fracaso del servicio. (párr.7)

Tecnología: es posible y necesario que el equipo necesite algo más de tecnología para que pueda hacer su trabajo con eficiencia (parr.7).

La atención al cliente juega un papel muy importante dentro de la empresa, por ello al ofrecer una mejor atención posible, será probable que los usuarios sigan contando con la empresa durante más tiempo. La empatía es una cualidad de las personas que les hace ser capaces de ponerse en el lugar de los demás y debe estar presente en todo el proceso de atención. La amabilidad tiene mucho que ver con la actitud que se trasmite y también con la voluntad de ponerse en el lugar del otro. Siempre existirán clientes hostiles o mal educados pero en situaciones como esa se debe mantener la

amabilidad y tranquilizar al cliente ya que es esto permitirá dar una buena imagen de la empresa y es síntoma de profesionalidad.

El personal debe ser capacitado y si es profesional sería mucho mejor. El dueño o empresario también debe ser capacitado constantemente con la finalidad de que tenga las habilidades necesarias para sacar adelante el negocio. A la vez es fundamental emplear la tecnología para brindar una mejor atención al cliente, estar a la vanguardia y darles mayores facilidades a los clientes.

Calidad de servicio

El servicio al cliente se considera como un valor adicional en el caso de productos tangibles y por supuesto, es la esencia en los casos de empresas de servicios. Las empresas se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que entrega a los clientes que nos compran o contratan. Furetur (2014) menciona que “la calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal de la empresa, además considera que el servicio es la solución de un problema o la satisfacción de una necesidad” (pág.5). Por ello el personal en todos los niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la empresa y cada uno de los clientes depende de las actitudes y conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.

2.3. Marco Conceptual

Los restaurantes

Establecimiento o comercio en el cual se ofrece a los clientes comida y bebidas de diversos tipos para su consumo, es decir, las personas piden lo que quieren comer y beber de una carta o menú que se les facilita, lo ordenan a un mozo o camarero y una vez listos los alimentos y bebidas se los sirven a la mesa para que consuman el pedido allí mismo o para llevar y consumirlos con sus familiares, colegas o amigos. Además es un espacio público ya que cualquier persona puede acceder. Sin embargo, no es una entidad de bien público ya que el servicio de alimentación se les otorga a los clientes a cambio de un pago y no gratuitamente.

Los restaurantes en la ciudad de Santa son varias y de varios tipos, por ejemplo las de comida criolla, los chifas, las pollerías, parrillas, picanterías, cebicherías. En el caso de los de comida criolla venden mayormente menú y platos a la carta. La atención que brindan es eficiente en la gran mayoría de restaurantes, buscan satisfacer las expectativas de los clientes con la finalidad de generar mayores ventas y aumentar la rentabilidad del negocio.

Gestión de Calidad en las Mypes

La gestión de calidad hace referencia a cómo se gestiona y administra los recursos de la empresa mediante la utilización de herramientas y estrategias que les permita a las Micro y pequeñas empresas realizar sus actividades eficientemente. A la vez realiza sus procesos con calidad, satisfaciendo las necesidades, requerimientos y expectativas del cliente permitiendo así obtener mejores beneficios.

Calidad en las Mype

La calidad se ve reflejada en la aceptación o rechazo que tiene un cliente sobre un producto o servicio, si en realidad llega a satisfacer sus necesidades y expectativas.

En el caso de los restaurantes, estos necesitan que sus procesos de preparación de los alimentos sean de manera adecuada, una limpieza constante para evitar la contaminación de los alimentos y mantener siempre el ambiente limpio y ordenado diferenciándose de la competencia.

Atención al cliente

Es un conjunto de actividades que se relacionan entre sí dentro de la empresa con la finalidad de que el cliente obtenga el producto que son los potajes y el servicio en el momento, lugar y manera correcta. A través de la atención al cliente el personal de la empresa puede relacionarse con sus clientes y depende mucho de la atención que estos reciben para que regresen.

III. Hipótesis

El presente estudio de investigación titulada gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016. No se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo.

Fue no experimental porque la investigación se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en la atención al cliente, tan solo se observó el fenómeno tal y como funciona dentro de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida criolla en la ciudad de Santa sin hacer modificaciones de la realidad.

Fue transversal porque se desarrolló en un tiempo determinado, conociendo el inicio de la investigación y el final.

Fue descriptivo porque se describirá las principales características de los representantes de las Mypes y la variable de estudio gestión de calidad en la atención al cliente del sector servicios del mismo rubro en la ciudad de Santa. Además se describe como se presenta la realidad sin sufrir ninguna modificación, visualizado en un espacio de tiempo determinado y describiendo lo que sucedió.

4.2 Población y muestra

a) Población:

Se utilizó una población muestral de 10 Micro y Pequeñas empresas del Sector Servicios - rubro restaurantes de comida Criolla en la ciudad de Santa, 2016. Debido a que fueron el total de las empresas en el rubro quienes brindaron información para la presente investigación.

La información se obtuvo mediante la técnica de sondeo. Se visitó la ciudad y se determinó que solo había 10 Mypes del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla. Se aplicó la encuesta a todos los representantes de dichos restaurantes. (ANEXO 3)

b) Muestra:

La muestra estuvo conformado por el 100 % de la población muestral de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad Santa, 2016.

4.3. Definición y Operacionalización de la Variable e Indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Perfil de los representantes de las Micro y pequeñas empresas	Son las personas que han creado este tipo de empresa para conseguir un beneficio económico.	Edad	18 a 30 años 31 a 50 años 51 a más años	Razón
		Género	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	Sin Instrucción Educación Básica Superior Universitario Superior no Universitario	Ordinal
		Cargo que desempeñan	Dueño o propietario Administrador	Nominal
		Tiempo en el cargo	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Razón
Perfil de las Micro y pequeñas empresas	Son unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial.	Tiempo de permanencia	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores	Razón
		Objetivo de creación	Obtener rentabilidad Subsistencia	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
Gestión de Calidad	Hace referencia a cómo se gestiona y administra los recursos de la empresa mediante la utilización de estrategias que le permita a las Micro y pequeñas empresas realizar sus actividades eficientemente.	Término de Gestión de Calidad	Si No	Nominal
		Técnicas modernas de Gestión de Calidad	Bechmarking Empowermen Las 5 S Oussorsing Atención al Cliente	Nominal
		Dificultades del personal para su implementación	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adaptan a los cambios Desconocimiento de los puestos	Nominal
		Técnicas para medir el desempeño del personal	Observación Evaluación Escala de puntaje Evaluación 360° Otros	Nominal
		La excesiva rotación del personal impide una adecuada Gestión de Calidad	Si No	Nominal
		Factor principal para generar rentabilidad	Si No	Nominal
		Alcanza los objetivos y metas de la organización	Si No	Nominal
Atención al cliente	Es un conjunto de actividades que se relacionan entre si y que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga un producto o servicio en el momento, lugar y de manera correcta.	Aplican gestión de calidad en el servicio que brindan	Si No	Nominal
		Es fundamental para que el cliente regrese	Si No	Nominal
		La atención que brinda	Bueno Regular Malo	Nominal
		Técnicas modernas de atención al cliente	Lenguaje corporal y voz Etiqueta electrónica	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	MEDICIÓN
			Ninguno	
Atención al cliente		Motivos de la mala atención al cliente	No tiene suficiente atención Por una mala organización Si brinda una buena atención al cliente	Nominal
		Eficiencia en la atención y solución a los clientes	Si No	Nominal
		Permite el posicionamiento de su empresa en el mercado	Si No	Nominal

4.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario el cual consta de un conjunto de 22 preguntas preparadas cuidadosamente sobre hechos y aspectos que interesan a la investigación para ser constatados por la población muestral. Siendo las 5 primeras preguntas para determinar las características de los representantes, 3 siguientes para las Mypes y 14 para identificar las características de la gestión de calidad en la atención al cliente. (ANEXO 4)

4.5 Plan de Análisis

Se utilizó el programa Word para el desarrollo de todo el informe final de investigación, el programa PDF para la presentación y evaluación del Jurado de Investigación, el programa Excel para elaborar las tablas de frecuencia absoluta y relativa, este programa cuenta con funciones de conteo de sistema automático estableciéndose para ello criterios de conteo predeterminado. Se elaboran las figuras circulares que se presentan como anexo y que ayuda a describir la variable en estudio. Estas figuras permitirán visualizar la distribución de los datos en categorías que serán objeto dentro de la investigación. (ANEXO 6)

4.6 Matriz de Consistencia

Pregunta de investigación	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e Instrumento
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016?</p>	<p>General: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.</p> <p>Específicos: Describir las principales características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.</p> <p>Conocer las principales características en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.</p> <p>Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.</p> <p>Elaborar un plan de mejora para las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad Santa, 2016.</p>	<p>Gestión de Calidad en atención al cliente.</p>	<p>Población: Se utilizó una población muestral de 10 Micro y Pequeñas empresas del Sector Servicios rubro restaurantes de comida Criolla en la ciudad de Santa, 2016. La información se obtuvo mediante la técnica de sondeo.</p> <p>Muestra: La muestra estuvo conformado por el 100 % de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.</p>	<p>Diseño: No experimental porque e va a estudiar conforme a la realidad sin manipular deliberadamente la variable de estudio. Transversal porque se estudió en un espacio de tiempo determinado con un inicio y un fin. Descriptivo porque solo se describirá las características de los representantes, de las Micro y pequeñas empresas y las variables de estudio tal y como se presenta en la realidad sin sufrir ninguna modificación. Visualizando en un espacio de tiempo y describiendo lo que sucedió.</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>

4.7 Principios Éticos

Protección a las personas: se respetó la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y privacidad de los representantes que brindaron la información para la realización de la presente investigación.

Justicia: se ejerció un juicio razonable y se tomó las precauciones necesarias al momento de recepcionar la información brindada por los representantes de cada restaurante. Además se trató equitativamente a los representantes que participaron en el recojo de información para la presente investigación.

Consentimiento informado y expreso: la información fue obtenida mediante el consentimiento y voluntad propia de los investigados para fines específicos establecidos en la investigación.

Confidencialidad: La información brindada por los representantes de las Micro y pequeñas empresas del rubro de comida criolla de la ciudad de Santa solo se utilizó para fines universitarios, para realizar la presente investigación y para aquellos que lo necesiten puedan comparar con otras investigaciones.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Datos generales	N	%
Edad del representante		
18 a 30 años	2	20.00
31 a 50 años	5	50.00
50 a más años	3	30.00
Total	10	100.00
Género del representante		
Masculino	1	10.00
Femenino	9	90.00
Total	10	100.00
Grado de Instrucción del representante		
Sin Instrucción	0	0.00
Educación Básica	7	70.00
Superior no Universitario	2	20.00
Superior Universitaria	1	10.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeñan		
Dueño o propietario	9	90.00
Administrador	1	10.00
Total	10	100.00
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	4	40.00
4 a 6 años	2	20.00
7 a más años	4	40.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicando a los representantes de las Micros y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - Rubro Restaurantes de Comida Criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Tabla 2

Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

De la empresa	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	5	50.00
4 a 6 años	2	20.00
7 a más años	3	30.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
Objetivo de Creación		
Generar ganancias	6	60.00
Subsistencia	4	40.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Gestión de Calidad	N	%
Conoce el término Gestión de Calidad		
Si	1	10.00
No	9	90.00
Total	10	100.00
Técnicas de Gestión de Calidad		
Bechmarking	1	10.00
Empowermen	0	0.00
Las 5S	0	0.00
Outsorsing	0	0.00
Atención al Cliente	3	30.00
Ninguna	7	70.00
Total	10	100.00
Dificultades para su implementación		
Poca iniciativa	2	20.00
Aprendizaje lento	2	20.00
No se adapta a los cambios	5	50.00
Desconocimiento de los puestos	1	10.00
Total	10	100.00
Técnicas de medición del desempeño		
Observación	8	80.00
Evaluación	1	10.00
Escala de puntuación	0	0.00
Evaluación de 360°	1	10.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
La excesiva rotación del personal impide una adecuada Gestión de Calidad		
Si	8	80.00
No	2	20.00
Total	10	100.00
Gestión de calidad es uno de los factores principales para generar rentabilidad		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa....

Atención al Cliente	N	%
Aplica gestión de calidad en el servicio de atención		
Si	7	70.00
No	3	30.00
Total	10	100.00
La atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La atención que brinda es		
Bueno	6	60.00
Regular	4	40.00
Malo	0	0.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de atención al cliente		
Lenguaje corporal y voz	100	100.00
Etiqueta electrónica	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	100	100.00
Brinda una mala atención al cliente		
No tiene suficiente atención	0	0.00
Por una mala organización	2	20.00
Si brinda una buena atención al cliente	8	80.00
Total	10	100.00
Eficiencia en la atención y solución de problemas		
Si	9	90.00
No	1	10.00
Total	10	100.00
La atención al cliente permite el posicionamiento en el mercado		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Tabla 4

Elaborar un plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Problema encontrado (RESULTADOS)	Causas	Solución - Aplicación de Mejora	Responsable
El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas mencionan no conocen el término de gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de capacitación en herramientas de gestión. • La falta de estudios técnicos y superiores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar capacitación respecto a la gestión de calidad en las Mypes. • Brindar asesoría para un mejor proceso en la gestión de calidad dentro de cada empresa. 	Representante
El 70% de los presentantes de las Mypes no utilizan técnicas modernas de gestión de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento y falta de importancia que brinda las técnicas de Gestión de Calidad. • La falta de presupuesto para capacitarse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir asesoramiento personalizado en las técnicas de gestión de un profesional en Administración- • Destinar un presupuesto para capacitarse 	Representante
El 50% del personal no se adapta a los cambios. El 20% tiene aprendizaje lento.	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación al personal, debido a la falta de presupuesto. • Poca motivación por parte del representante. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal sobre la importancia y beneficios de gestión de calidad en la empresa. • Aplicar estrategias de motivación para un mejor compromiso. 	Representante

Elaboración del Autor.

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Edad de los representantes: El 50% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad (Tabla 1), este resultado coincide con los resultados encontrados por Antúnez (2017) quien manifiesta que el 72,7% tienen entre 31 a 50 años, asimismo coincide con los resultados encontrados por Vásquez (2017) quien determina que el 75% tienen entre 31 a 50 años de edad, también coincide con los resultados encontrados por Vasallo (2017) quien indica que el 69% tienen entre 31 a 50 años de edad, con Fernández (2017) quien sustenta que el 75.1% tienen entre 30 a 50 años de edad y con Sánchez (2016) quien determinó que el 40% tienen entre 30 a 40 años de edad. Esto se debe a que las personas tienen entre 30 a 50 años se encuentran mucho más capacitados para poder direccionar una empresa, teniendo una idea más consolidada del negocio y pueden proveer los factores que afecten el desarrollo de sus actividades, llegando a proponer alternativas de solución que les permite realizar sus actividades de manera eficiente.

Género de los representantes: El 90% de los representantes de los representantes son de género femenino (Tabla 1), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Antúnez (2017), debido a que el 63% son de género masculino, asimismo contrasta con Vásquez (2017), debido a que el 66.7% son de género masculino, también contrasta con Vasallo (2017), ya que el 62% son de sexo masculino pero coincide con Fernández (2017) ya que obtuvo que el 78,6% son de género femenino, pero los resultados contrastan con los resultados encontrados por Ríos (2016) que menciona que el 65% son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas están dirigidas por hombres debido a que

mediantes estudios demuestra a que ellos están incursionando en el rubro de los restaurantes. Además esto se debe a que los hombres hoy en día vienen preparándose y capacitándose en el mundo de la gastronomía, pudiendo así desenvolverse muy bien en este campo de la comida.

Grado de instrucción de los representantes: El 70% de los representantes de representantes tienen grado de instrucción básica (Tabla 1), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Antúnez (2017) quien obtuvo que el 45,5% tiene un grado de instrucción superior, a la vez contrastan con Vasallo (2017) donde obtuvo que el 54% tienen grado de instrucción superior universitaria, el 42,9% son técnicos, también contrastan con Fernández (2017) ya que el 42,9% de los representantes son técnicos, pero si coinciden con los resultados encontrados por Ríos (2016) quien menciona que el 60% realizó estudios superiores completos. Esto demuestra que la mayoría absoluta de los representantes solo tienen grado de instrucción básica. No tiene una carrera técnica y mucho menos se han capacitado para poder llevar mejor la empresa.

Cargo de los representantes: El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños (Tabla 1). Esto demuestra que la mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla son dueños, ellos vieron la oportunidad y debido al conocimiento y experiencia en el rubro decidieron crear su propia empresa.

Tiempo que desempeñan el cargo los representantes: El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años desempeñándose en el cargo (Tabla 1). Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla tiene de 0 a 3 años llevando adelante su negocio,

esto le ha permitido conocer y poner en práctica sus conocimientos y experiencias que han ido obteniendo a lo largo del camino en el rubro.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Tiempo de permanencia en el rubro de las micro y pequeñas empresas: El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años en el rubro (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Antúnez (2017) que obtuvo el 68,2 tiene de 0 a 3 años en el rubro, también coinciden con Sánchez (2015) quien menciona que el 50% tienen más de un año en el rubro, pero los resultados contrastan con los resultados encontrados por Ríos (2016) quien menciona que el 50% tienen de 5 a 7 años en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresa del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla tiene de 0 a 3 años en el rubro debido a que en estos últimos años ha aumentado la población en la ciudad de Santa, además existen diversas empresas quienes se han posicionado en el

Cantidad de trabajadores en las micro y pequeñas empresas: El 100% de las Micro y pequeñas empresas tiene de 1 a 5 trabajadores (Tabla 02), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Luna (2013) quien menciona que el 65.2% tienen de 1 a 5 trabajadores. Pero los resultados contrastan con los resultados encontrados por Ríos (2014) quien menciona que el 95% tienen de 11 trabajadores a más. Esto demuestra que la totalidad de las micro y pequeñas empresa del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla tiene de 1 a 5 trabajadores debido a que los establecimientos no son muy grandes y solo necesitan personal para cocina y para atención al cliente.

Objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas: El 60% de las Micro y pequeñas empresas fueron creadas para obtener rentabilidad (Tabla 02). Estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Ríos (2014) quien menciona que el 45% fue creado por subsistencia. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresa del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla fueron creadas con la finalidad de obtener rentabilidad debido a que muchas de ellas buscan ser más competitivas y crecer en el mercado.

Tabla 3

Respecto a la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Termino Gestión de Calidad: El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen en termino de gestión de calidad (Tabla 3), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Luna (2016) quien menciona que el 60.9% si conoce el termino de gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla no conocen el termino de gestión de calidad debido a que en su gran mayoría solo realiza sus actividades como ellos crean conveniente y como ellos ya están acostumbrados.

Técnicas modernas de la Gestión de Calidad: El 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no utilizan ninguna técnica moderna de gestión de calidad (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Luna (2016) quien menciona que el 56.5% si utiliza la técnica de mejora continúa. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla no utiliza ninguna

técnica de gestión de calidad debido a que no han asistido a ningún taller donde puedan aprender sobre ello y puedan aplicarlo en su empresa.

Dificultades del personal para la implementación de la Gestión de Calidad: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas mencionaron que la dificultad que tiene el personal para la implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios (Tabla 03). Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas no se adaptan a los cambios debido a que siempre han demostrado resistencia a cualquier cambio que se quiso implantar.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan la técnica de observación para medir el desempeño de sus trabajadores (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas utilizan la técnica de observación, ósea solo observan el desempeño del personal, ya luego conversan o le sugieren lo que creen conveniente a modo de retroalimentación con la finalidad de que no vuelva a pasar lo mismo.

El 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si considera que la excesiva rotación del personal impide una adecuada gestión de calidad (Tabla 3). Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas consideran que la rotación del personal impide una adecuada gestión del calidad, debido a que cada trabajador conoce la actividad que realiza dentro de la empresa y estar en constante rotación perjudicaría el cumplimiento de las actividades.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si considera que la gestión de calidad es uno de los factores principales para generar rentabilidad (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Ríos (2016) quien menciona que el 75% de las micro

y pequeñas empresas si cree que la gestión de calidad es uno de los factores principales para generar rentabilidad. Esto demuestra que la totalidad de las Micro y pequeñas empresas si consideran que la gestión de calidad es uno de los factores principales para generar rentabilidad, debido a que con la implantación de esta herramienta todo se trabajara de manera eficiente y eficaz dentro de la organización permitiendo así el crecimiento y desarrollo de la misma.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si cree que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización (Tabla 3). Esto demuestra que la totalidad de las Micro y pequeñas empresas consideran importante la herramienta de gestión de calidad debido a que ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la Micro y pequeña empresa.

El 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si aplican gestión de calidad en el servicio que brinda (Tabla 4). Esto demuestra que la mayoría absoluta de las Micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, debido a que trabajan eficientemente y el servicio que brindan es bueno.

El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento (Tabla 4). Esto demuestra que la totalidad de las Micro y pequeñas empresas si cree que la manera de cómo se atiende al cliente dependerá que el cliente regrese al establecimiento, debido a que lo han experimentado y procuran siempre brindar un buen servicio de manera que el cliente regrese al consumir al establecimiento.

El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si considera que la atención que brinda al cliente es bueno (Tabla 4). Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas si considera que la atención que brindan es bueno, debido a que siempre atienden a sus

clientes de manera amable, procurar atender sin hacer demorar mucho con el pedido y siempre es cordial con los clientes.

El 100% de las micro y pequeñas empresas utilizan la técnica de atención al cliente de lenguaje corporal y voz (Tabla 4). Esto demuestra que la totalidad de las Mype si aplican una de las técnicas de atención al cliente que es la de lenguaje corporal y voz, ya que esta técnica les ayuda a los mozos a ser más eficientes en la atención que dan a los clientes.

El 80% de las micro y pequeñas empresas considera que si brinda una buena atención al cliente (Tabla 4). Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas si brinda una buena atención al cliente, debido a que son cordiales y amables en la atención que brindan además su atención es rápida lo que los hace trabajar eficientemente en la micro y pequeña empresa.

El 90% de las micro y pequeñas empresas si cree que es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes (Tabla 4). Esto demuestra que la mayoría absoluta de las Mype si es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes, ellos consideran que de esta manera demuestran a sus clientes que son importantes para ellos.

El 100% de las micro y pequeñas empresas si considera que una adecuada atención al cliente le permitirá el buen posicionamiento en el mercado (Tabla 4). Esto demuestra que la totalidad de empresas considera que una adecuada atención al cliente permitirá posicionarse en el mercado, debido a que depende a la atención que se brinde al cliente esté regresara al establecimiento y a la vez hará recomendación a sus amigos y familiares.

5.3 Plan de Mejora

PLAN DE MEJORA PARA LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS - RUBRO RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA, CIUDAD DE SANTA, 2016.

1. Datos Generales

- Nombre o razón social: Todas las Micro y pequeñas empresas encuestadas.
- Giro de la empresa: Servicios – Venta de comida criolla.
- Dirección: Ciudad de Santa
- Nombre del representante: Propietarios y administradores de las micro y pequeñas empresas.

2. Misión

Somos una empresa dedicada a la venta de comida criolla de calidad, brindando productos y servicios de calidad, agregando valor superior para que nuestros clientes disfruten de nuestros diversos potajes, con una infraestructura adecuada y un personal altamente calificado.

3. Visión

Ser una empresa líder en el mercado con productos y servicios de restaurante de calidad para todos los Ciudadanos de Santa y alrededores, logrando competitividad y posicionamiento en el mercado.

4. Objetivos

a). Objetivo General:

Determinar como el plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente ayudará a las micro y pequeñas empresas encuestadas a desarrollarse y crecer en el mercado.

b). Objetivo específico:

- Realizar el diagnóstico general de la empresa de manera que se pueda conocer la situación actual de las Micro y pequeñas empresas encuestadas.
- Identificar los indicadores de una buena gestión de calidad para las micro y pequeñas empresas.
- Aumentar la satisfacción de los clientes en un 40% de la cartera actual.
- Lograr un posicionamiento del 15% dentro en la Ciudad de Santa.

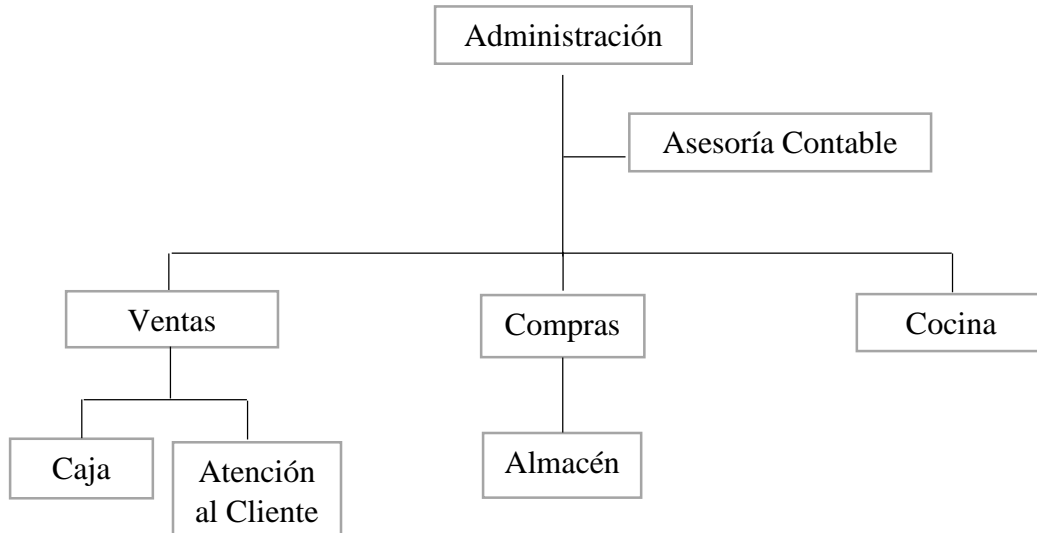
5. Productos y/o servicios

Los platos que ofrece son:

- Caldo de Cabeza
- Caldo de Gallina
- Shambar
- Chanfainita
- Chanco Frito
- Pescado Frito
- Lomo Saltado
- Cabrito
- Estofado de Pollo
- Cuy
- Frejolada de Pato
- Aji de Pollo
- Costillares
- Arroz con chanco/pollo
- Milanesa de Pollo
- Cau Cau
- Olluquito con carne/pollo
- Escabeche de pescado/pollo

La empresa trata siempre de brindar productos de calidad con materias primas frescas, sus proveedores son el Mercado de Santa y La Perla. Cuenta con personal altamente calificado de manera que brinden un buen servicio al cliente para que este satisfecho y regrese al establecimiento.

6. Organigrama de la empresa



6.1 Descripción de las funciones

CARGO	ADMINISTRADOR
Perfil	Estudios superior universitario o técnico en Administración
Función	Representa, planifica, organiza, dirige y controla el cumplimiento de los objetivos de la organización. Controla la asistencia y el pago puntual del personal.

CARGO	CONTADOR
Perfil	Contador Público Colegiado (CPC)
Función	Llevar la contabilidad de la empresa Gestiona los estados de ganancias y pérdidas.

CARGO	VENTAS - CAJERA
Perfil	Estudios técnicos en Administración o Contabilidad
Función	Recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo. Llevar caja chica. Controlar las ventas diarias.

CARGO	VENTAS - ATENCIÓN AL CLIENTE
Perfil	Amable, atento, proactivo, con experiencia mínima de 6 meses.
Función	Recepcionar el pedido del cliente, solicitarlo en cocina y llevar el pedido a la mesa. Estar presto para cualquier requerimiento del cliente. Realizar la limpieza del salón, donde se atiende a los clientes.

CARGO	COMPRAS
Perfil	Personal con experiencia en la compra de materia prima, abarrotes, etc. no menor a un año.
Función	Hábil, rápido y estar a disposición por cualquier requerimiento. Realizar las compras diarias para la elaboración de los potajes. Conocer los productos y materia prima de calidad. Como las carnes, menestras, arroz, legumbres, abarrotes, etc.

CARGO	ALMACEN
Perfil	Personal con experiencia en control de almacén
Función	Llevar inventario de los ingresos de la materia prima, abarrotes, legumbres, etc. las cantidades utilizadas, lo que queda y lo que se requiere volver a comprar. Apoyo en la cocina cuando se requiera. Mantener el ambiente limpio.

CARGO	COCINERO
Perfil	Técnico en Gastronomía o Cocinero experiencia no menor a 2 años.
Función	Planificar y preparar los potajes de manera eficiente y de calidad. Supervisar la elaboración de los alimentos. Mantener un orden y limpieza dentro de la cocina.

6.2. Análisis situacional de las Micro y pequeñas empresas encuestadas

MATRIZ FODA		ANALISIS INTERNO	
		FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS EXTERNO	OPORTUNIDAD	<p>F.1. Permanecer en el mercado y contar con cocinero especializado en comidas criollas.</p> <p>F.2. Tener un ambiente bien limpio y decorado.</p> <p>F.3. Estar ubicado en una zona estratégica.</p>	<p>D.1. Resistencia al cambio por parte del personal.</p> <p>D.2. Falta de capacitación al personal del área de ventas.</p> <p>D.3. Falta de estrategias en atención al cliente.</p>
	<p>O.1. Incremento de la población en los alrededores de la Ciudad de Santa.</p> <p>O.2. Mayor facilidad de las entidades financieras para brindar préstamos a las Micro y pequeñas empresas de la zona.</p> <p>O.3. Incremento de la demanda de comida criolla en la ciudad de Santa</p>	<p>F.1., F.2., O.1.: Aprovechar la permanencia en el mercado para fidelizar a los clientes con una buena sazón y un ambiente acogedor.</p> <p>F.3., O.3.: Aprovechar la ubicación de la empresa y atender el incremento de la demanda de comida criolla.</p>	<p>D.1., O.2., O3: Identificar porque el personal se resiste al cambio, luego facilitar las estrategias de atención al cliente que permita atender la demanda de los clientes sus gustos y preferencias.</p> <p>D.2., O.1., O.2.: Solicitar un préstamo para capacitar al personal de manera que adquieran mayor aprendizaje en lo que respecta a atención al cliente y en gestión de calidad y puedan brindar un mejor servicio a la población de Santa.</p>

	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A.1. Incremento de la inseguridad social. A.2. Incremento de los precios de la materia prima, los abarrotes y legumbres. A.3. Aumento de la Competencia debido a que hay varias empresas dedicadas al mismo rubro.</p>	<p>F.1., A.1.: Exigir a la policía un mayor patrullaje para salvaguardar la seguridad de la ciudadanía y que mantengan una concurrencia regular al establecimiento. F.3., A.3.: Aprovechar la ubicación captar más clientes y sacar una ventaja a la competencia.</p>	<p>D.2., A.3.: Invertir en capacitación al personal con la finalidad de mejorar en la atención al cliente y diferenciarse de la competencia. D.1, A.2: Identificar qué medidas se pueden tomar respecto al alquiler del local y buscar proveedores que den mejores precios en la materia prima e insumos que se requieren para elaborar los potajes.</p>
--	--	--	---

7. Indicadores

Indicadores	Evaluación de los Indicadores dentro de las Mypes
Gestión de Calidad	Desconocen el término de gestión de calidad, por ende la importancia y las técnicas que ayudan a una mejor administración.
Resistencia al Cambio	Falta de interés y compromiso de los trabajadores al no querer actualizarse ante los cambios modernos.
Servicio	No aplican gestión de calidad en el servicio que brinda (30%).
Atención al cliente	La atención que brindan al cliente es regular (40%).

Fuente: *Elaboración propia por la estudiante.*

8. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del Problema
Gestión de Calidad	Desconocimiento del término de gestión de calidad, por ende la importancia y las técnicas que ayudan a una mejor administración.	Falta de preparación por parte de los representantes en técnicas de gestión para poder sacar adelante al restaurante.
Resistencia al Cambio	Los trabajadores no tienen voluntad propia para actualizarse ante los cambios modernos.	Falta de interés de los representantes ante sus trabajadores.
Servicio	No se aplica gestión de calidad en el servicio que se brinda a los clientes.	Poca iniciativa de los trabajadores y un aprendizaje lento al momento de querer implementar gestión de calidad en el servicio que brindan.
Atención al cliente	Por una mala organización, la atención que se brinda al cliente es regular.	Falta de recursos para capacitar a los trabajadores para mejorar la atención al cliente,

Fuente: *Elaboración propia por la Estudiante.*

9. Soluciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Gestión de Calidad	Desconocimiento del término de gestión de calidad, por ende la importancia y las técnicas que ayudan a una mejor administración.	Capacitación constante en Gestión de Calidad y las técnicas de gestión para un mejor desarrollo empresarial y competitivo.
Resistencia al Cambio	Los trabajadores no tienen voluntad propia para actualizarse ante los cambios modernos.	Brindar charlas que motiven al personal para un mejor desenvolvimiento en el trabajo.
Servicio	No se aplica gestión de calidad en el servicio que se brinda a los clientes.	Capacitar al personal en las técnicas de atención al cliente para atender eficientemente las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.
Atención al cliente	Por una mala organización, la atención que se brinda al cliente es regular.	Identificar las funciones de cada trabajador con la finalidad de ser eficientes en la atención que se brinda al cliente.

Fuente: *Elaboración propia por la estudiante.*

10. Estrategias (que deseen implementar)

N°	Acción de mejora a realizar	Dificultades	Plazo	Impacto	Priorización
1	Capacitación constante en Gestión de Calidad y las técnicas de gestión para un mejor desarrollo empresarial y competitivo.	Desconocimiento de Gestión de Calidad y las técnicas de gestión por ende una deficiente manejo del restaurante.	3 meses	Mejor administración del restaurante, mayor posibilidad de crecer y desarrollarse en el mercado.	3 veces por semana
2	Brindar charlas que motiven al personal para un mejor desenvolvimiento en el trabajo.	Falta de interés y voluntad propia para adaptarse a los cambios	1 mes	Personal motivo para un mayor cumplimiento de las actividades laborales.	1 vez por semana
3	Capacitar al personal en las técnicas de atención al cliente para atender eficientemente las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.	No se aplica gestión de calidad en el servicio que se brinda a los clientes.	2 meses	Personal con mayor conocimiento. Lograr los objetivos y metas de la organización.	2 veces por semana
4	Identificar las funciones de cada trabajador con la finalidad de ser eficientes en la atención que se brinda al cliente.	Por una mala organización, la atención que se brinda al cliente es regular.	1 semana	Eficiencia en el cumplimiento de las actividades día a día.	2 horas por día

Fuente: *Elaboración propia por la Estudiante.*

VI. Conclusiones

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla Santa 2016 están dirigidas por personas de 31 a 50 años de edad. La mayoría absoluta son de género femenino, tiene estudios básicos y son dueños de las empresas.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida criolla Santa 2016 tiene de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. La totalidad tiene de 1 a 5 trabajadores y fueron creadas para obtener rentabilidad.

La mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas no conoce el término de gestión de calidad, no utiliza ninguna técnica de gestión de calidad. La mayoría de sus trabajadores no se adaptan a los cambios, utilizan la técnica la técnica de observación para medir el desempeño de sus trabajadores, consideran que la excesiva rotación del personal impide una adecuada gestión de calidad. La totalidad considera que la gestión de calidad es uno de los factores principales para generar rentabilidad y ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización. La mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas aplica gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes y considera que la atención que brinda es buena. La totalidad considera que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento, asimismo utiliza como técnica de atención al cliente el lenguaje corporal y voz, también considera que brinda una buena atención al cliente, además considera que es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos del cliente. Por último, la totalidad considera que la atención al cliente permite un posicionamiento de su empresa en el mercado.

RECOMENDACIONES

Realizar análisis interno y externo para poder determinar cómo está la empresa actualmente y crear estrategias que le permita crecer y desarrollarse en el mercado.

Capacitar al personal no solo en gestión de calidad sino también en la atención al cliente. Pudiendo estar siempre a la vanguardia, ser más competitivos y cumplir con los objetivos propuestos. Hoy en día existen nuevas herramientas administrativas y son muy eficientes y ayudan en su crecimiento y desarrollo de la empresa, es necesario una continua

Realizar encuestas a los clientes para conocer sus necesidades gustos y preferencias para poder cumplir con ellas y así lograr fidelizarlos. Esto se logra mediante una buena atención al cliente, para ello es necesario saber y estar capacitado al momento de tratar con ellos, saber interactuar, relacionarse y dar solución a sus reclamos (si fuese el caso). Conocer herramientas y estrategias ayudara mucho a la organización. Recuerde que un cliente satisfecho y a gusto regresara una y otra vez y será el que promocioe al negocio.

Implementar el plan de mejora que está ubicado en la Tabla 4 de los resultados y pueda servirles de guía para que mediante ello obtengan mayores conocimientos, sean competitivos y perduren en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Altuzarra, I. (2005) *Calidad total*. (p. 6). Recuperado de:

<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10316811>

Antúnez (2017) “*Gestión de Calidad en Atención al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas*

del sector servicios rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey, 2016”. (Tesis de

Licenciado en Administración, Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Huarmey Perú. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>

Avolio, Mesones & Roca. (2013) *Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas*

Empresas en el Perú (MYPES). Recuperado de: [file:///C:/Users/admin/Downloads/4126-](file:///C:/Users/admin/Downloads/4126-15740-1-PB%20(3).pdf)

[15740-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/4126-15740-1-PB%20(3).pdf)

Barillas, Hernández & Paredes (2014) *Definición de Calidad*. Reflexiones para su definición.

Recuperado de:

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S230691552015000200004&lang=](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S230691552015000200004&lang=pt)

[pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S230691552015000200004&lang=pt)

Centty, D. (2011) *La inversión en recursos humanos y la competitividad de las micro y pequeñas*

empresas de la región Arequipa. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com>

Congreso de la República del Perú (2003) *Ley de la Promoción y Formalización de las Micro y*

Pequeñas Empresas. Ley N° 28015. Recuperado de:

http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Congreso de la República del Perú (2013). *Ley que Modifica Diversas Leyes Para Facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial. Ley N° 30056.*

Recuperado de:

http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/ley30056.pdf

Diario Gestión (2018) *situación de las mypes en el Perú.* Recuperado de:

<https://gestión.pe/economia/comex-65-7-trabajadores-mypes-no-reciben-remuneracion-formal-240138>

Fernández, L. (2017) *Gestión de Calidad y capacitación al personal de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro – restaurantes, Sector Central -La Esperanza, 2016.* (Tesis de Licenciado en Administración, pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. La Esperanza, Perú.

Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045553>

Fontalvo & Vergara (2008) *la gestión de la calidad en los servicios. ISO 9001: 2008: B - EUMED.*

Recuperado de: <http://www.ebrary.com>

Furetur (2014) *calidad del servicio y atención al cliente.* Recuperado de:

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>

Góngora, P (2013) *el panorama de las micro, pequeñas y medianas empresas en México.*

Recuperado de:

http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/754/1/El_panorama_de_las_micros.pdf

Izquierdo, R. (2018) *5 palabras importantes para dar un buen servicio al cliente.* Integria.

Recuperado de: <https://integriaims.com/un-buen-servicio-al-cliente/>

- Palacios, A. (2018) *Perú: situación de las Micro y pequeñas empresas*. Expreso. Recuperado de: <https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-dongo/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Ríos, S. (2016) *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de Huanchaco, 2015*. (Tesis de Licenciado en Administración, Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huanchaco, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037587>
- Rousseaux, J. (2017) *En la Argentina hay 605.626 empresas activas: el 99% son pymes y el 0.6% grandes compañías*. Recuperado de: <http://www.telam.com.ar/notas/201706/192914-argentina-empresas-activas-cifras-mayoria-pymes.html>
- Sánchez, M. (2015) *Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las MYPES rubro restaurantes - provincia de Trujillo, 2014*. (Tesis de Licenciado en Administración, Pregrado. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Trujillo, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035621>
- Tello, I. (2014) *importancia de las Micro y Pequeñas Empresas en el desarrollo del país*. Recuperado de: [file:///C:/Users/Administrador/Downloads/623-2136-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Administrador/Downloads/623-2136-1-PB%20(3).pdf)
- Valdés & Sánchez (2012) *Las Mipymes en el Contexto Mundial: Sus Particularidades en México*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>
- Vasallo (2017) *Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del Distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, 2016*. (Tesis de Licenciado

en Administración, Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Oxapampa, Pasco, Perú. Recuperado de:

Vásquez, I. (2017) Gestión de Calidad en Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, Chimbote, 2016. (Tesis de Licenciado en Administración, Pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Chimbote, Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000048221>

Zúñiga, A., (20 de junio de 2018) estado de la Micro empresa en Chile. (Mensaje de un blog). Recuperado de: <https://blog.nubox.com/estado-de-la-microempresa-en-chile>

Zeithaml, Parasuraman & Berry (2007) calidad total en la gestión de servicios. Recuperado de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10184529>

ANEXOS

ANEXO 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
N°	ACTIVIDADES	Año 2016								Año 2018				Año 2019				Año 2020		
		Semestre I				Semestre II				Semestre II				Semestre I				Semestre II		
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Co Curricula r		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del proyecto	x																		
2	Revisión del proyecto para 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	Elaboración y Validación de los instrumento de recolección de datos					x														
6	Recolección de Datos						x													
7	Procesamiento de Datos						x													
8	Elaboración del análisis de resultados, conclusiones y plan de mejora.							x												
9	Presentación del trabajo de Campo Consolidado								x											

10	Aprobación del trabajo de Campo Consolidado									x										
11	Redacción del Informe Preliminar										x									
12	Mejoramiento de los resultados y conclusiones											x								
13	Revisión del Informe Preliminar												x							
14	Aprobación del informe preliminar													x						
15	Redacción del Informe Final														x					
16	Elaboración del Artículo Científico															x				
17	Elaboración de la PPT para la Ponencia																x			
18	Revisión del Informe final																	x		
19	Sustentación del Informe final de tesis																		x	
20	Revisión del Informe y del artículo Científico																			x
21	Pre banca																			x
22	Sustentación del Informe final para optar el título profesional de Administración																			x

ANEXO 2: PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable			
Categorías	Base	% Numero	Total (S/.)
Suministros			
Impresiones	250	0.4	100
Fotocopias	50	0.1	5
Lapiceros	5	1	5
Usb	3	35	105
Papel bond A4 (500 hojas)	100	0.10	10
Cuaderno anillado	1	25	25
Sub total			250
Servicios			
Uso del Turnitin	1	100	100
Sub total			100
Gastos de movilidad			
Pasajes para recolección de datos	2	5.0	10
Sub total			10
Taller de Investigación			
Matricula	1	300	300
Pensión	2	850	1700
Empastado	3	45	135
Sub total			2135
Total de presupuesto desembolsable			2495

Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	% Numero	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	10	20	200
Búsqueda de información en base de datos.	4	25	70
Módulo de Investigación del ERP	4	30	160
Publicación de artículo en repositorio institucional.	1	50	50
Sub total			400
Recurso Humano			
Asesoría personalizada	4	50	200
Sub total			200
Total de presupuesto no desembolsable			600
Total (S/.)			3095

Fuente. Elaboración propia del estudiante.

FINANCIAMIENTO: El proyecto de investigación esta autofinanciado por el estudiante.

ANEXO 3: CUADRO DE SONDEO

Nº	Razón Social	Dirección	Representante
01	RESTAURANTE “NAPOLITAN’S”	Jr. Rio Santa Mz. 21 Lt.8	Burgos Tandaypan Eva
02	RESTAURANTE “MAJO”	Jr. Rio Santa Nº 175	Vargas Mirian
03	RESTAURANTE “VIRGEN DE LA MERCED”	Jr. Marañón	Reyes Lucio
04	RESTAURANTE “EL PANCHON”	Jr. Rio Santa Mz. F Lt. 20	Retamoso Castro Maritza
05	RESTAURANTE “EL HUERTO QUIÑONES”	Jr. Llavarí Nº 541	Quiñones Norma
06	RESTAURANTE CEBICHERIA “EL CALAMAR”	Av. 9 de Octubre Javier Eraud	Gorbalan Bartolo Salus
07	RESTAURANTE CEVICHERIA “EL MARUCHON”	Pasaje. Los Alamos Sin Número	Chinchay Solorsano Natalia
08	RESTAURANTE “MI GUITARRA Y YO”	Jr. Rio Santa Nº 699	Ibarra Ganoza Reinalda
09	RESTAURANTE “EL EMPEDRADO”	Jr. Huallaga	María Ramos Estrada
10	RESTAURANTE “DON VICTOR”	Jr. Rio Santa Mz. E Lt. 10	Víctor Rodríguez Chávez

Muestra: 10 Micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

Fuente: Encuesta aplicada mediante sondeo a los representantes de las Micro y pequeñas empresas de la Ciudad de Santa.

ANEXO 4: CONSENTIMIENTO INFORMADO



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula _____
_____ y es dirigido por
_____, investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: _____

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará _____ minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de _____
_____. Si desea, también podrá escribir al correo _____

para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del Participante: _____

Firma del Investigador: _____

ANEXO 5: CUESTIONARIO:



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación, titulada: “Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicios, rubro Restaurantes de Comida Criolla de la Ciudad de Santa, 2016”. Tesis que servirá para obtener el Título de Licenciado en Administración. La información que proporcionara usted será utilizada solo con fines académicos y de investigación por lo que se le agradece su valiosa colaboración.

I.- GENERALIDADES

1.1 Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

1. Edad de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.
 - a. 18 a 30 años
 - b. 31 a 50 años
 - c. 51 a más años
2. Genero de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.
 - a. Masculino
 - b. Femenino
3. Grado de Instrucción
 - a. Sin Instrucción
 - b. Educación Básica
 - c. Superior Universitario
 - d. Superior no Universitario
4. ¿Cuál es el cargo que desempeña dentro de la Micro y Pequeña Empresa?
 - a. Dueño o propietario
 - b. Administrador
5. ¿Cuántos años desempeña el cargo?
 - a. 0 a 3 años
 - b. 4 a 6 años
 - c. 7 a más años

II.- Referente a las Micro y Pequeñas Empresas

6. ¿Cuántos años de permanencia tiene la empresa en el rubro?
 - a. 0 a 3 años
 - b. 4 a 6 años
 - c. 7 a más años
7. ¿Cuántos trabajadores tiene la Micro y Pequeña Empresa?
 - a. 1 a 5 trabajadores
 - b. 6 a 10 trabajadores
 - c. 11 a más trabajadores
8. ¿Cuál es el objetivo de la creación de la Micro y Pequeña Empresa?
 - a. Obtener rentabilidad
 - b. Subsistencia

III.- Referente a la variable

3.1 Gestión de Calidad

9. ¿Conoce el término de Gestión de Calidad?
 - a. Si
 - b. No
10. ¿Qué técnicas modernas de Gestión de Calidad utiliza?
 - a. Bechmarking
 - b. Empowermen
 - c. Las 5 S
 - d. Oussorsing
 - e. Atención al Cliente
 - f. Ninguno
11. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de la Gestión de Calidad?
 - a. Poca iniciativa
 - b. Aprendizaje lento
 - c. No se adaptan a los cambios
 - d. Desconocimiento de los puestos
12. ¿Qué técnicas para medir el desempeño del personal conoce?
 - a. Observación
 - b. Evaluación
 - c. Escala de Puntuación
 - d. Evaluación 360°
 - e. Otros
13. ¿La excesiva rotación del personal impide una adecuada Gestión de Calidad?
 - a. Si
 - b. No
14. ¿Cree que la Gestión de Calidad es uno de los factores principales para generar rentabilidad?
 - a. Si

- b. No
- 15. ¿La Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización?
 - a. Si
 - b. No

3.2 Técnica Administrativa Atención al Cliente

- 16. ¿Aplica Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus clientes?
 - a. Si
 - b. No
- 17. ¿Cree que la Atención al Cliente es fundamental para esté regrese al establecimiento?
 - a. Si
 - b. No
- 18. La atención que brinda al clientes es:
 - a. Bueno
 - b. Regular
 - c. Malo
- 19. ¿Qué técnicas modernas de atención al cliente aplican dentro de las Micro y Pequeñas Empresas?
 - a. Lenguaje corporal y voz
 - b. Etiqueta electrónica
 - c. Ninguno
- 20. ¿Por qué considera Ud. que se está dando una mala atención al cliente?
 - a. No tiene suficiente atención
 - b. Por una mala organización
 - c. Si brinda una buena atención al cliente
- 21. Cree Ud. que la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos de los Clientes.
 - a. Si
 - b. No
- 22. ¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el Mercado?
 - a. Si
 - b. No

ANEXO 6: HOJA DE TABULACIÓN

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
1. Edad de los representantes	18 a 30 años		2	20.00
	31 a 50 años	≇	5	50.00
	51 a más años		3	30.00
	Total	10	10	100.00
2. Género de los representantes	Masculino		1	10.00
	Femenino	≇	9	90.00
	Total	10	10	100.00
3. Grado de Instrucción de los representantes	Sin Instrucción		0	0.00
	Educación básica	≇	7	70.00
	Superior no Universitaria		2	20.00
	Superior Universitaria		1	10.00
	Total	10	10	100.00
4. ¿Cuál es el cargo que desempeña dentro de la micro y pequeña empresa?	Dueño	≇	9	90.00
	Administrador		1	10.00
	Total	10	10	100.00
5. ¿Cuántos años desempeña en el cargo?	0 a 3 años	≇	6	60.00
	4 a 6 años		2	20.00
	7 a más años		2	20.00
	Total	10	10	100.00
6. ¿Cuántos años de permanencia tiene la empresa en el rubro?	0 a 3 años	≇	5	50.00
	4 a 6 años		2	20.00
	7 a más años		3	30.00
	Total	10	10	100.00
7. ¿Cuántos trabajadores tiene la micro y pequeña empresa?	1 a 5 trabajadores	≇ ≇	10	100.00
	6 a 10 trabajadores		0	0.00
	11 a más trabajadores		0	0.00
	Total	10	10	100.00
8. ¿Cuál es el objetivo de creación de la micro y pequeña empresa?	Obtener rentabilidad	≇	6	60.00
	Subsistencia		4	40.00
	Total	10	10	100.00
9. ¿Conoce el término “Gestión de Calidad”?	Si		1	10.00
	No	≇	9	90.00
	Total	10	10	100.00
10. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	Benchmarking		1	10.00
	Empowerment		0	0.00
	Las 5S		0	0.00
	Oussorsing		0	0.00
	Atención al Cliente		3	30.00
	Ninguna	≇	7	70.00
	Total	10	10	100.00
11. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?	Poca Iniciativa		2	20.00
	Aprendizaje lento		2	20.00
		≇	5	50.00

	No se adaptan a los cambios Desconocimiento de los puestos Total	I 10	1 10	10.00 100.00
12. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	Observación Evaluación Escala de Puntuación Evaluación de 360° Otros Total	III III I I 10	8 1 0 1 0 10	80.00 10.00 0.00 10.00 0.00 100.00
13. ¿La excesiva rotación del personal impide una adecuada Gestión de Calidad?	Si No Total	III III II 10	8 2 10	80.00 20.00 100.00
14. ¿Cree que la Gestión de Calidad es uno de los factores principales para generar rentabilidad?	Si No Total	III III 10	10 0 10	100.00 0.00 100.00
15. ¿La Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización?	Si No Total	III III 10	10 0 10	100.00 0.00 100.00
16. ¿Aplica Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	Si No Total	III II III 10	7 3 10	70.00 30.00 100.00
17. ¿Cree que la Atención al Cliente es fundamental para que esté regrese al establecimiento?	Si No Total	III III 10	10 0 10	100.00 0.00 100.00
18. La atención que brinda al cliente es:	Bueno Regular Malo Total	III I III 10	6 4 0 10	60.00 40.00 0.00 100.00
19. ¿Qué técnicas modernas de Atención al Cliente aplica dentro de la Micro y Pequeña Empresa?	Lenguaje corporal y voz Etiqueta electrónica Base de datos Ninguna Total	III III 10	10 0 0 0 10	100.00 0.00 0.00 0.00 100.00
20. ¿Por qué considera Ud. que se está dando una mala Atención al Cliente?	No tiene suficiente atención Por una mala organización Si brinda una buena atención al cliente Total	 II III III 10	0 2 8 10	0.00 20.00 80.00 100.00

21. ¿Cree Ud. que la empresa es eficiente cuándo atiende y da solución a los reclamos de los clientes?	Si	☒ IIII	9	90.00
	No	I	1	10.00
	Total		10	100.00
22. ¿Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?	Si	☒ ☒	10	100.00
	No		0	0.00
	Total		10	100.00

ANEXO 7: FIGURAS

Tabla 1.

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - Rubro Restaurantes de Comida Criolla, Ciudad de Santa, 2016.

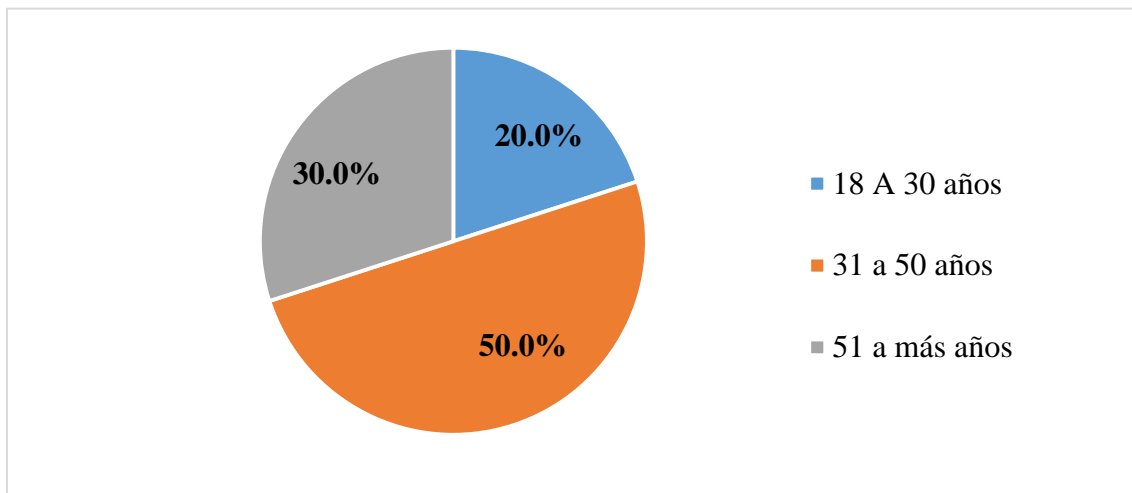


Figura 1. Edad de los representantes.

Fuente. Tabla 1.

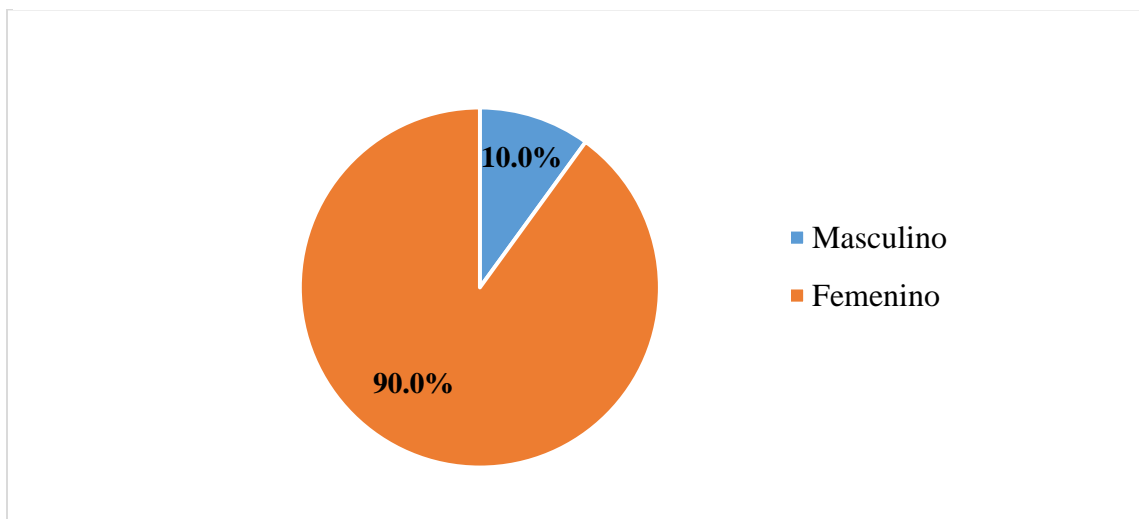


Figura 2. Género de los representantes.

Fuente. Tabla 1.

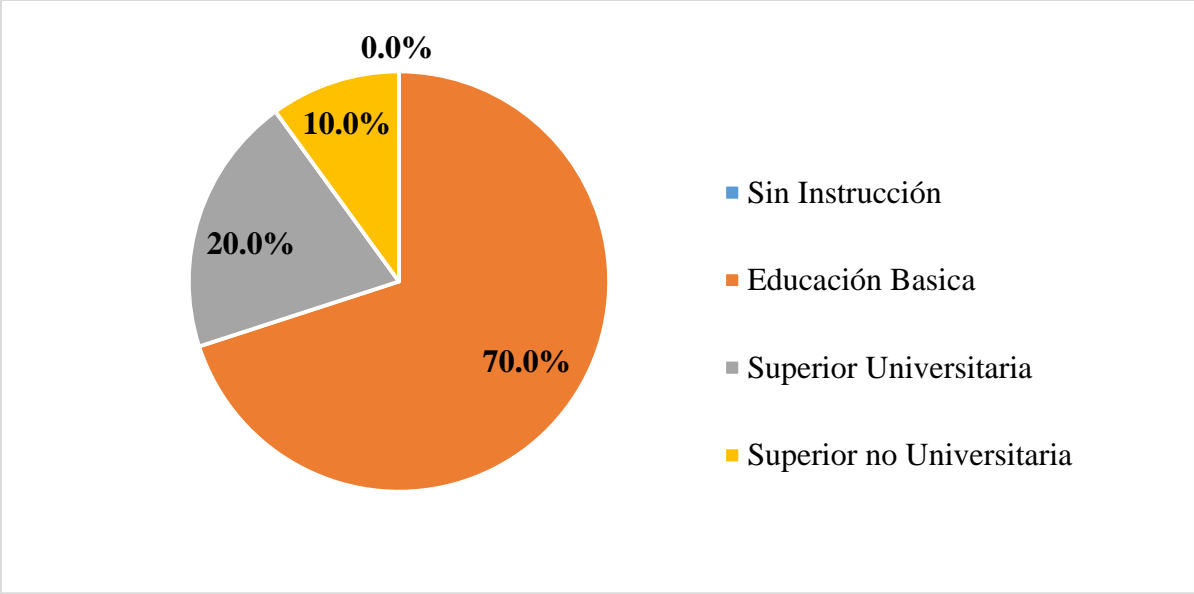


Figura 3. Grado de Instrucción.

Fuente. Tabla 1.

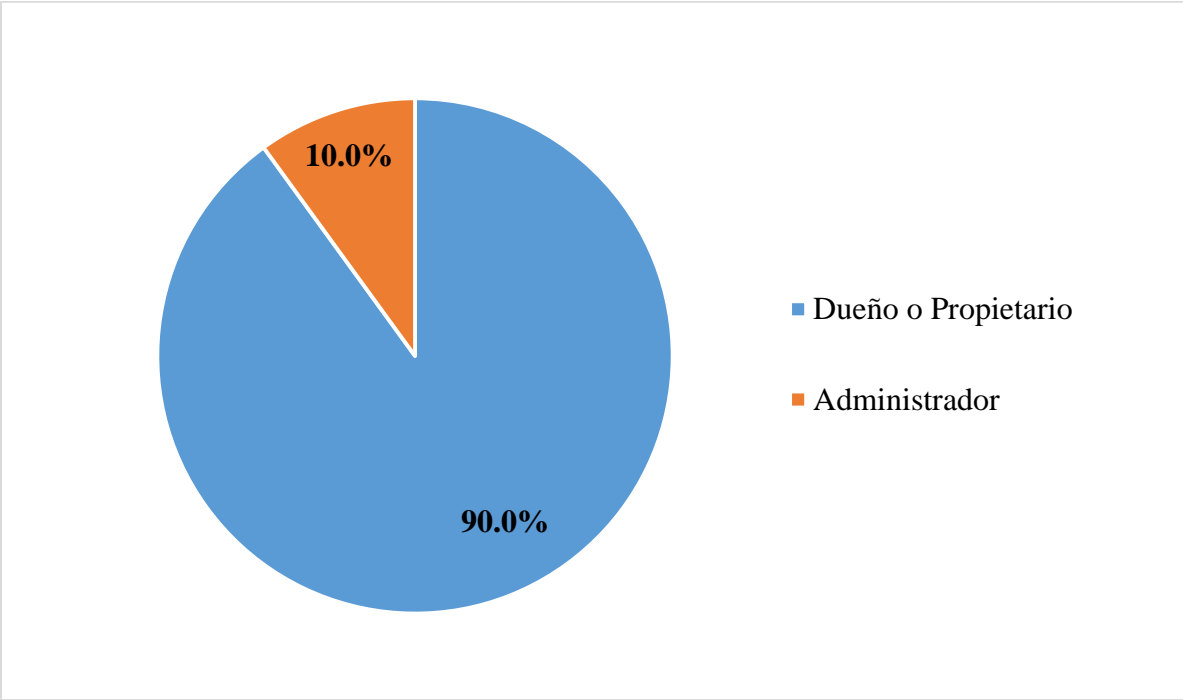


Figura 4. Cargo que desempeña.

Fuente. Tabla 1.

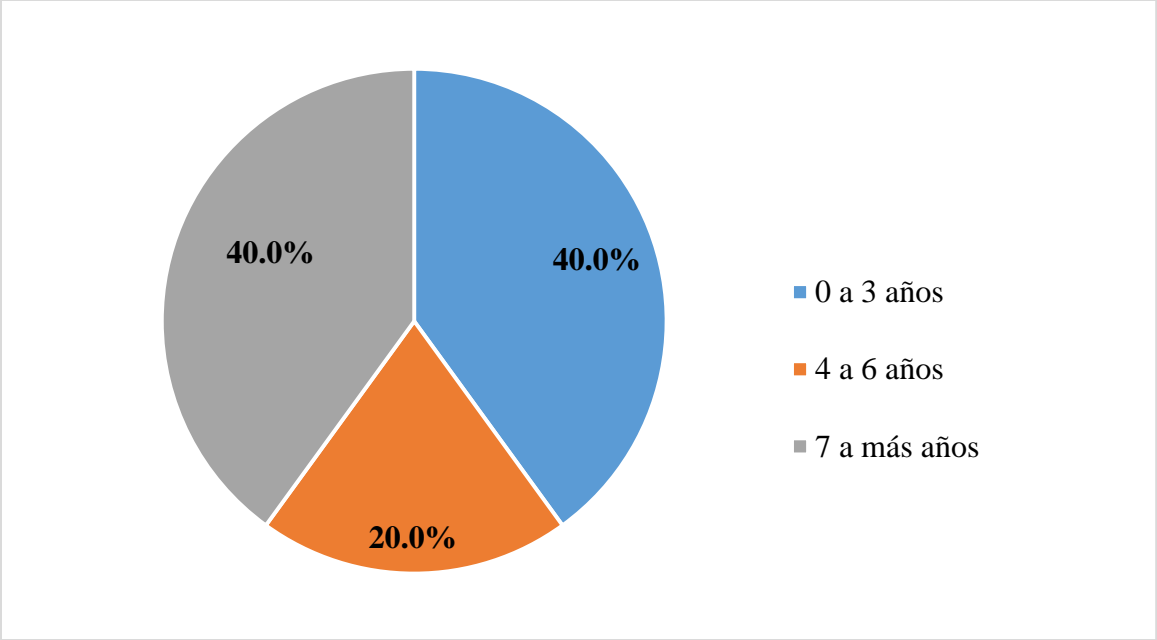


Figura 5. Tiempo en el cargo.

Fuente. Tabla 1.

Tabla 2.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicios -rubro restaurantes de comida criolla, Ciudad de Santa, 2016.

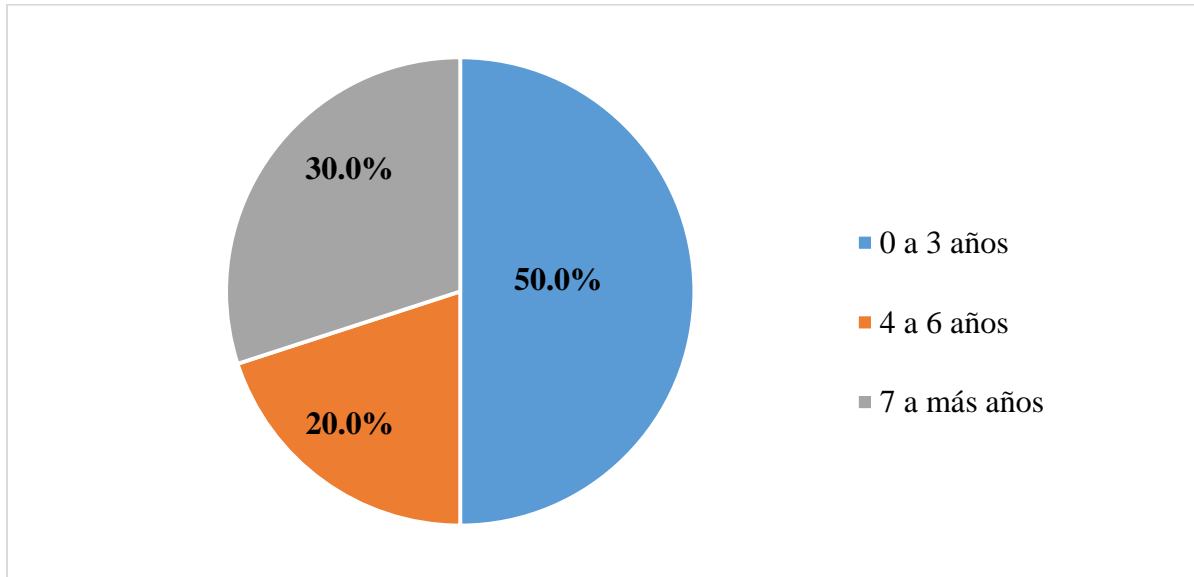


Figura 6. Tiempo de Permanencia en el cargo.

Fuente. Tabla 2.

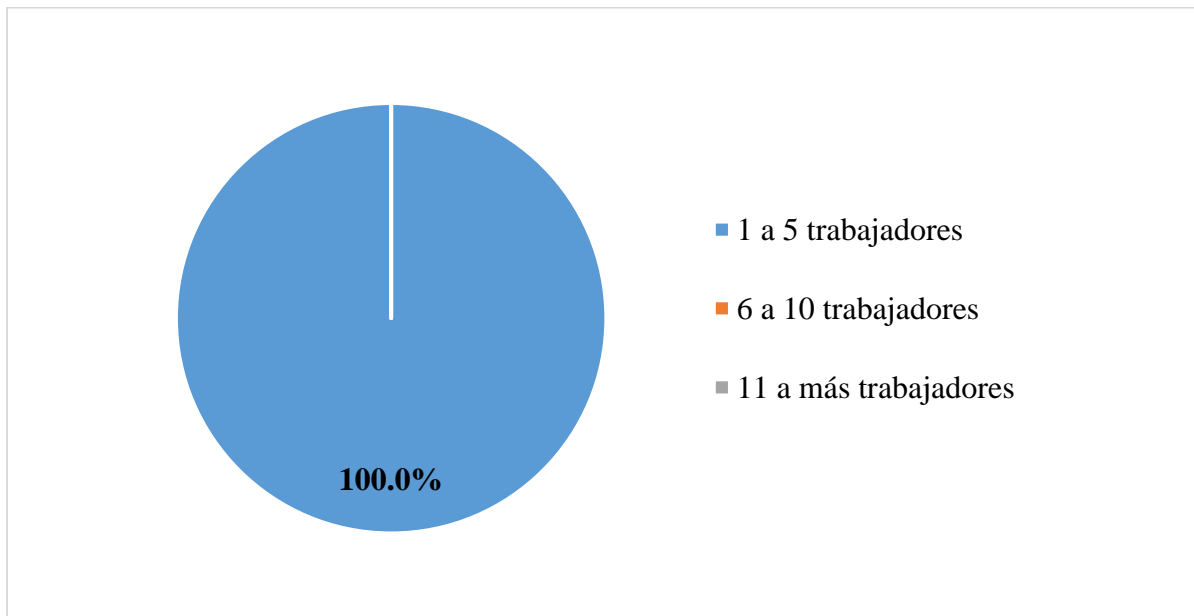


Figura 7. Número de trabajadores.

Fuente. Tabla 2.

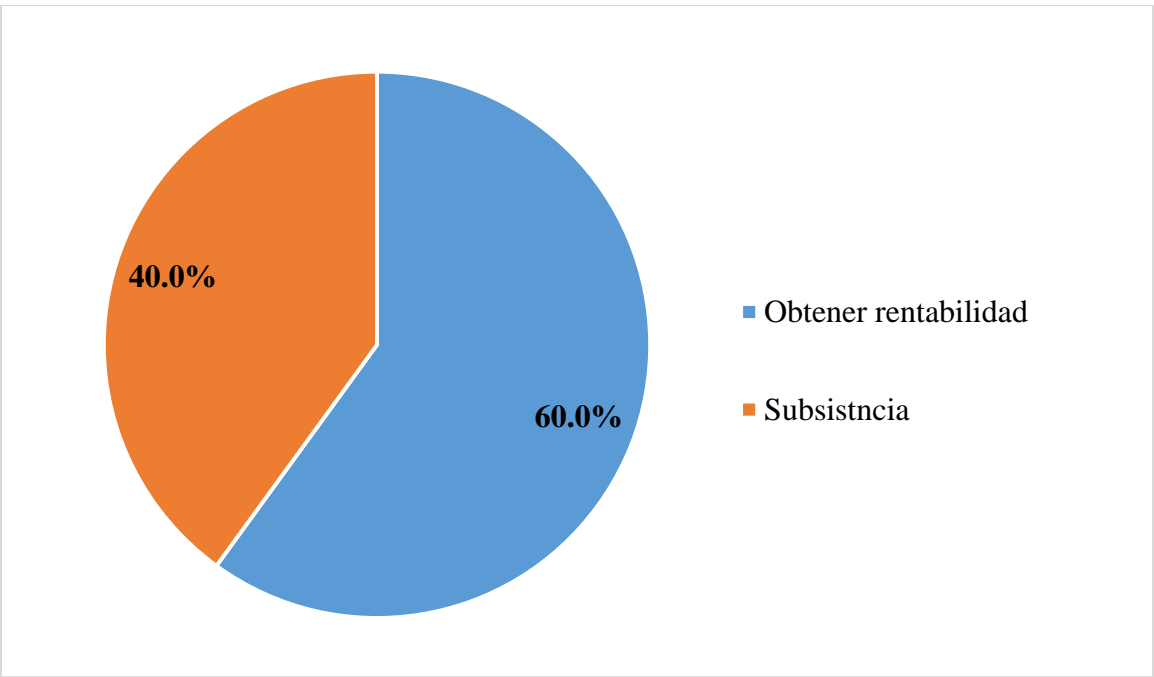


Figura 8. Objetivo de Creación.

Fuente. Tabla 2.

Tabla 3.

Características de la Gestión de Calidad en la atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios - Rubro Restaurants de Comida Criolla, Ciudad de Santa, 2016.

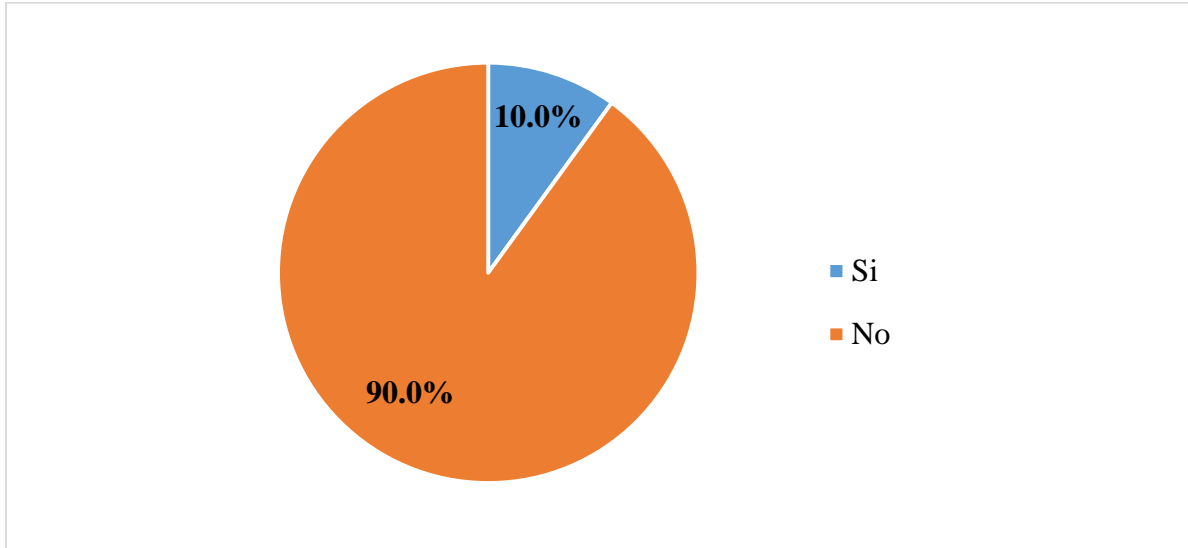


Figura 9. Conoce el término gestión de calidad.

Fuente. Tabla 3.

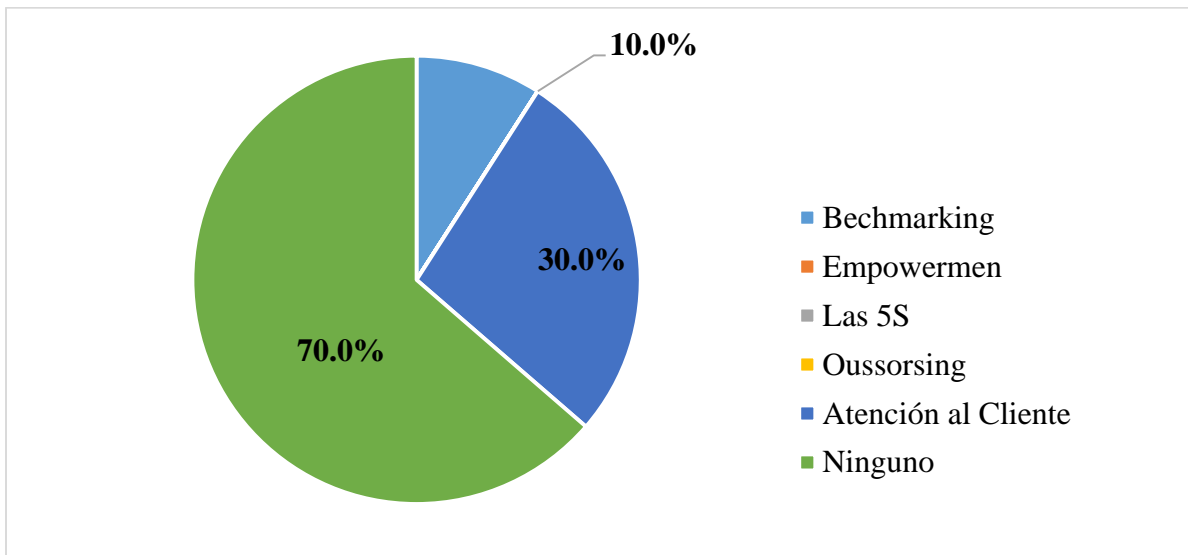


Figura 10. Técnicas de Gestión de Calidad.

Fuente. Tabla 3.

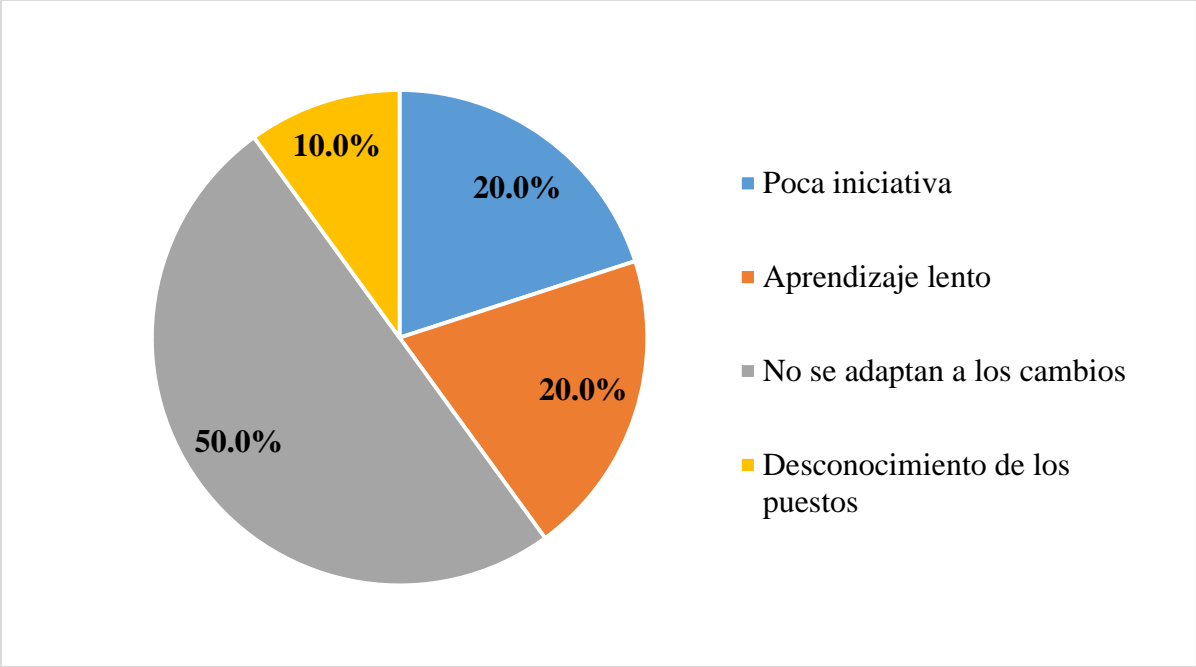


Figura 11. Dificultades para su implementación.

Fuente. Tabla 3.

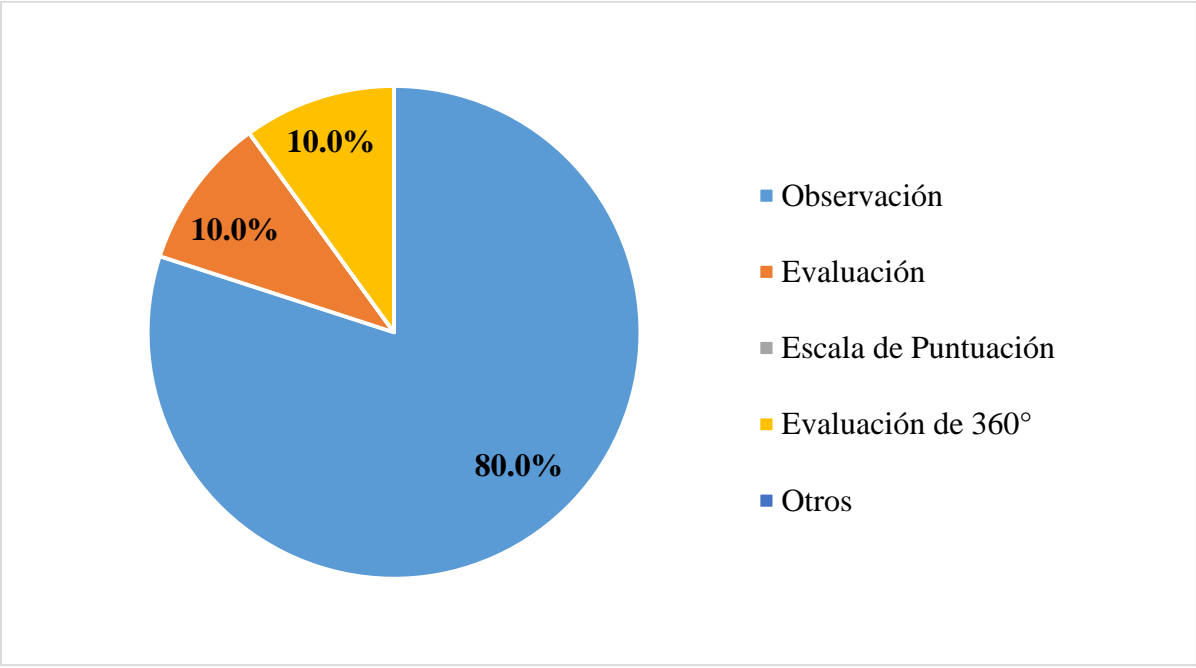


Figura 12. Técnicas de medición de rendimiento.

Fuente. Tabla 3

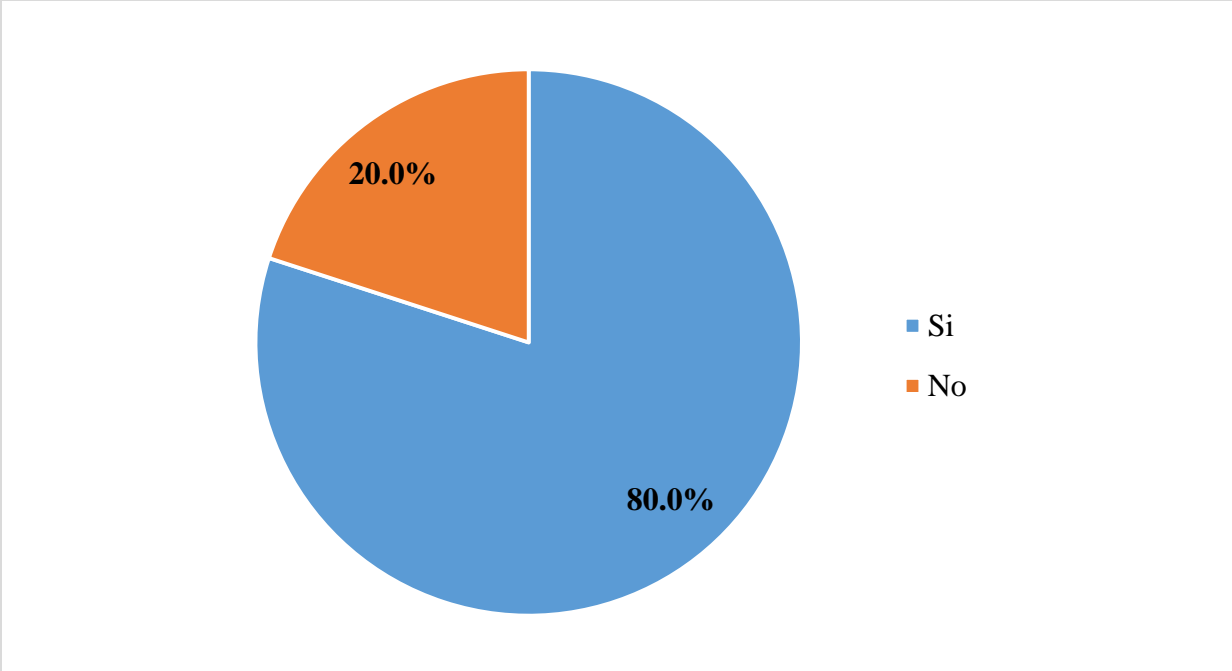


Figura 13. La excesiva rotación del personal impide una adecuada gestión de calidad.

Fuente. Tabla 3.

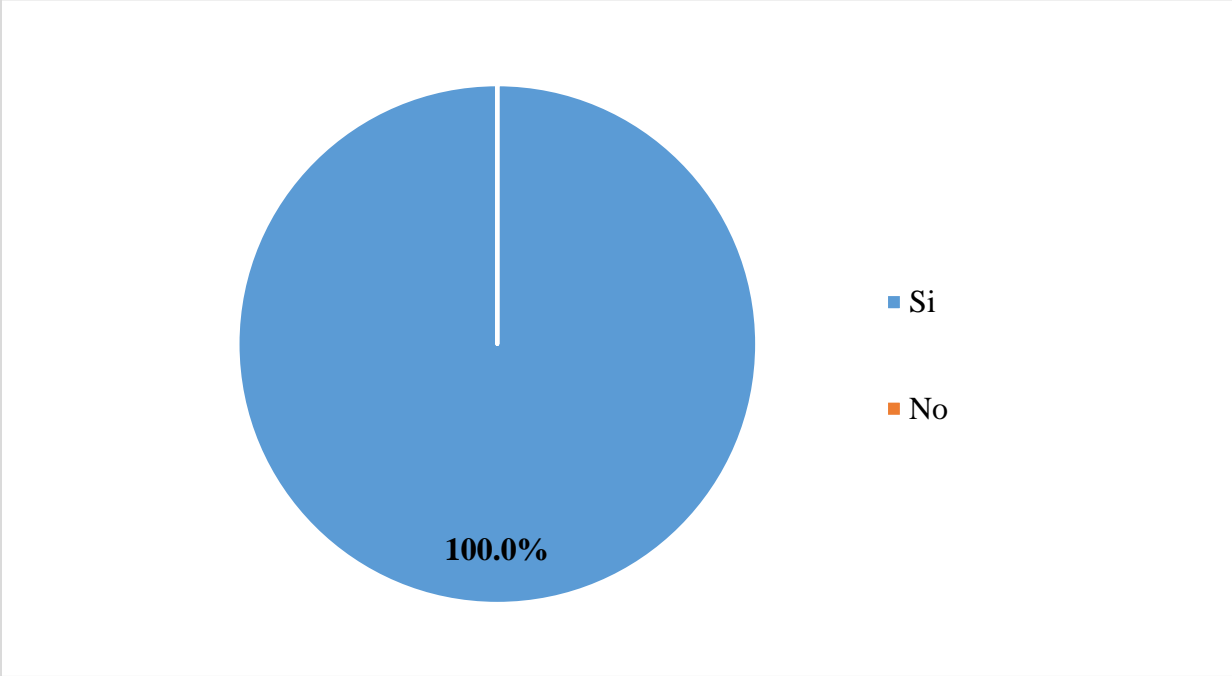


Figura 14. Factor principal para generar rentabilidad.

Fuente. Tabla 3.

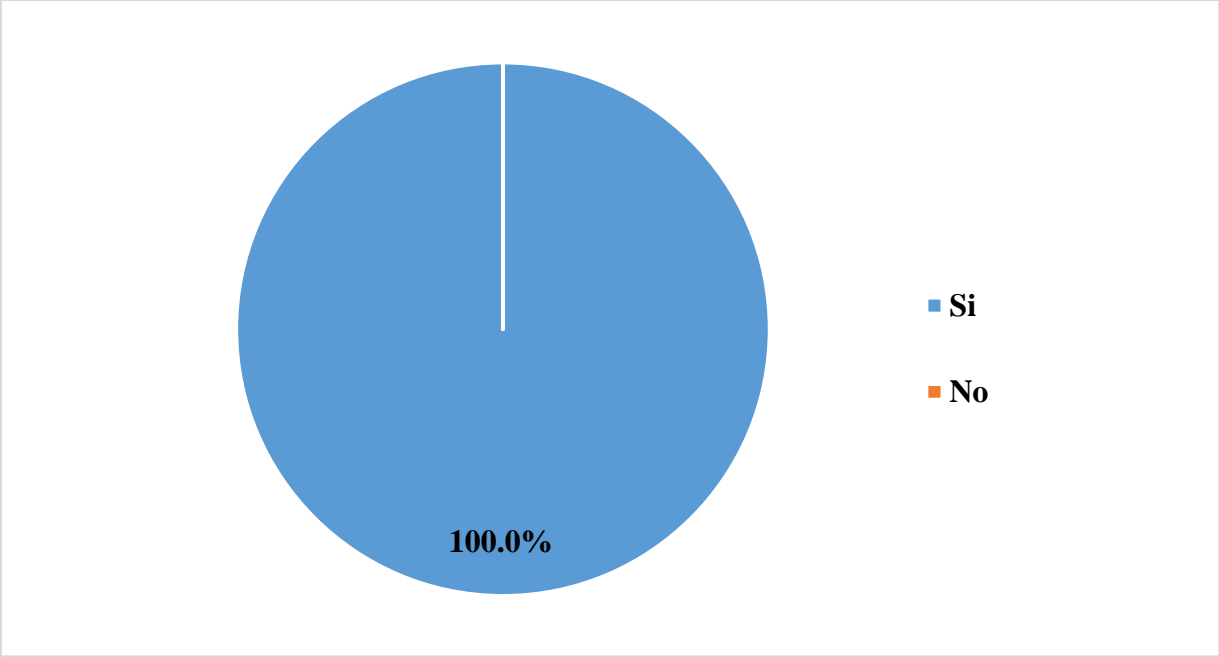


Figura 15. Ayuda a alcanzar los objetivos y metas.

Fuente. Tabla 3.

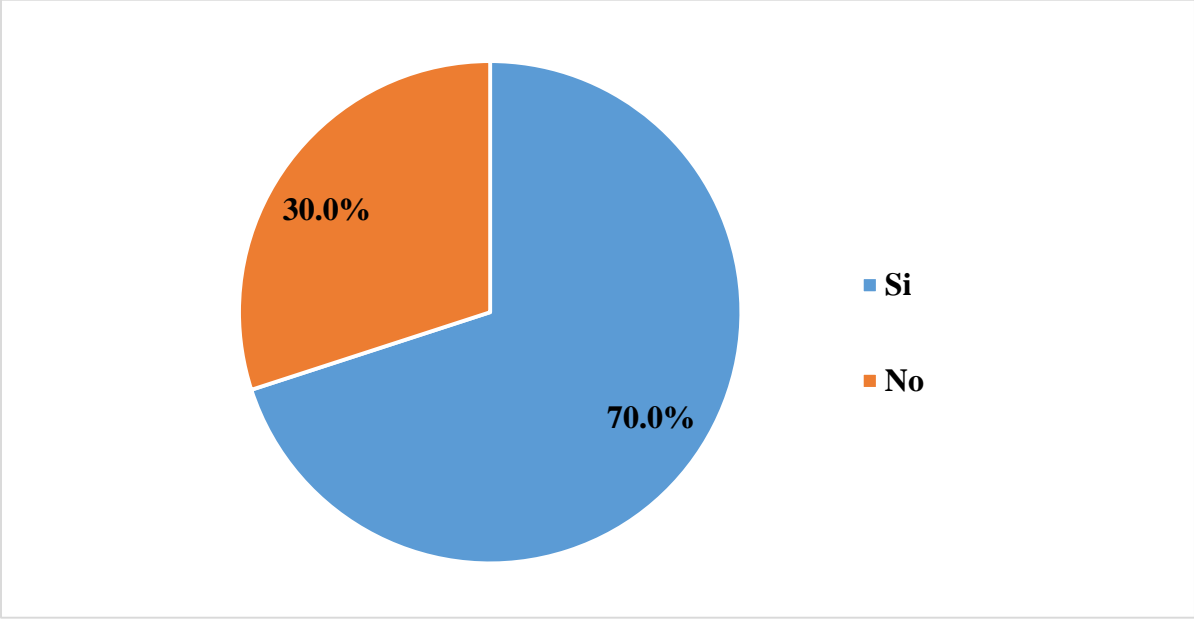


Figura 16. Aplica gestión de calidad en el servicio que brinda.

Fuente. Tabla 3.

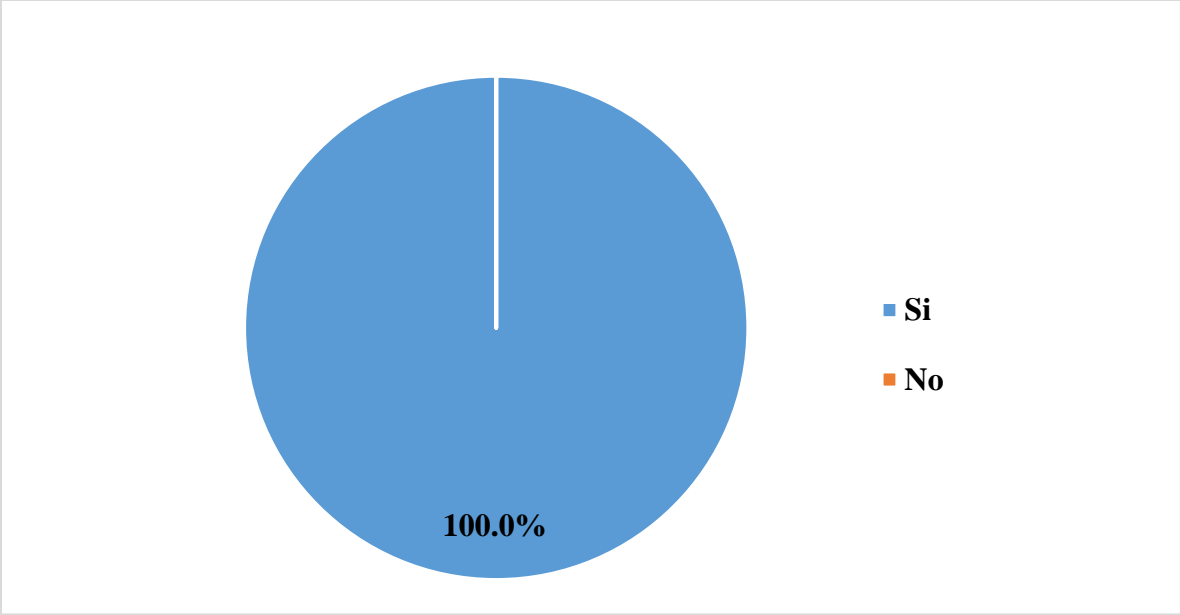


Figura 17. Es fundamental para que el cliente regresa al establecimiento.

Fuente. Tabla 3

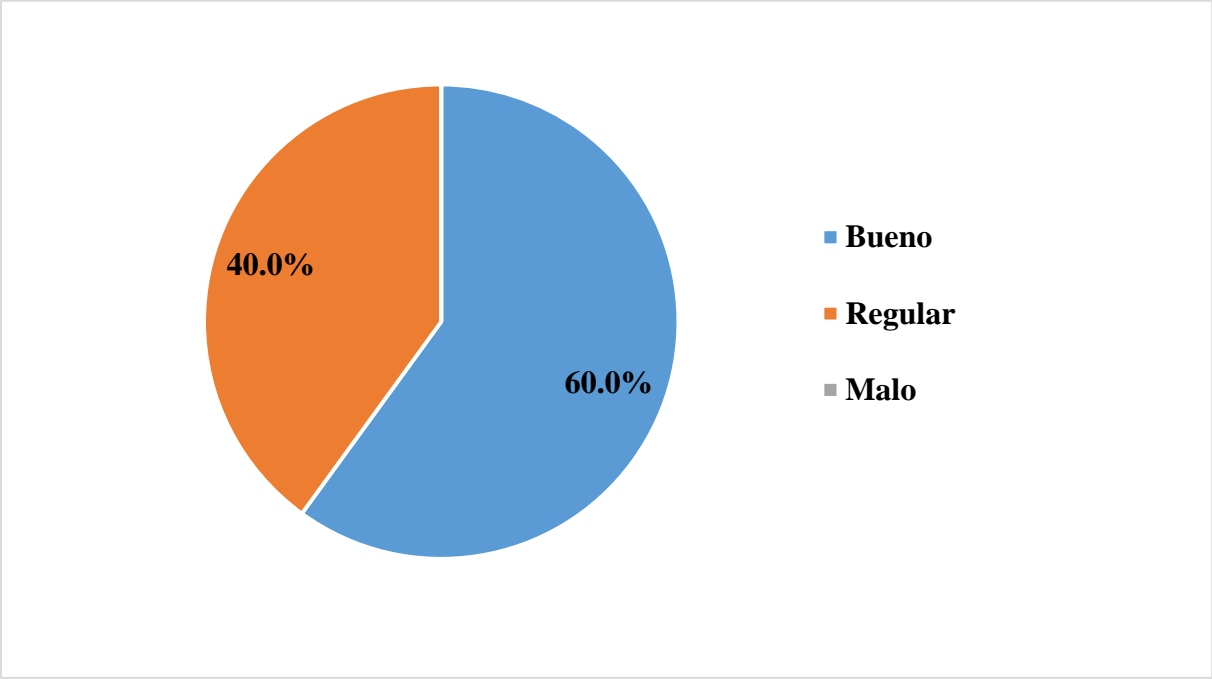


Figura 18. La atención que brinda es.

Fuente. Tabla 3.

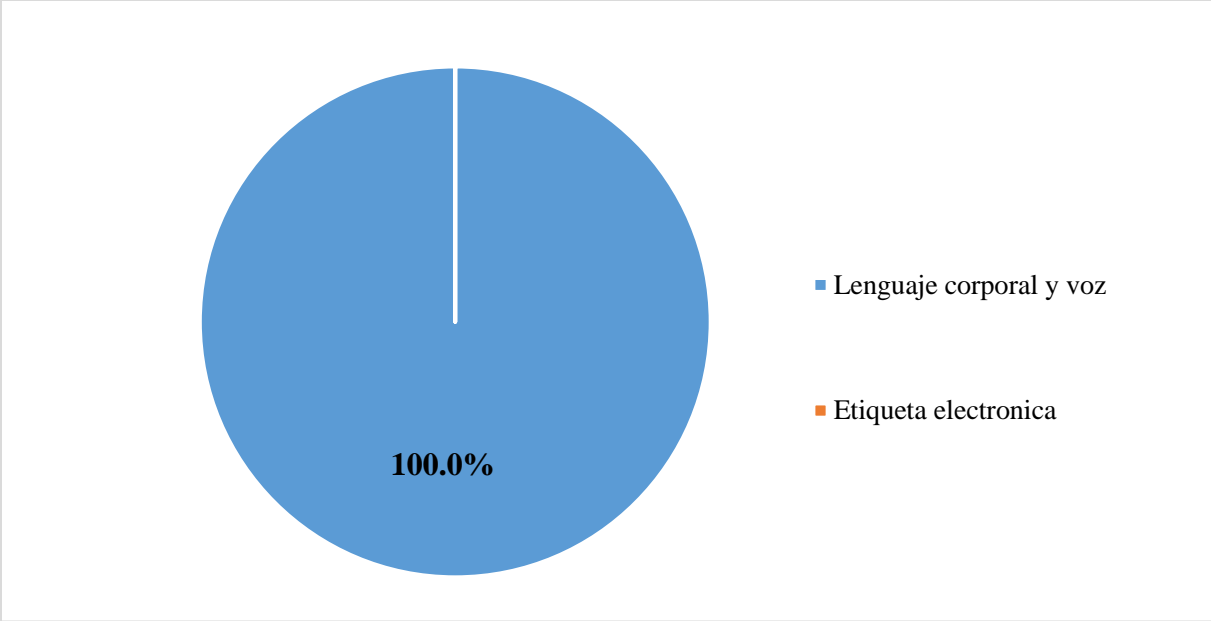


Figura 19. Técnicas modernas de atención al cliente.

Fuente. Tabla 3.

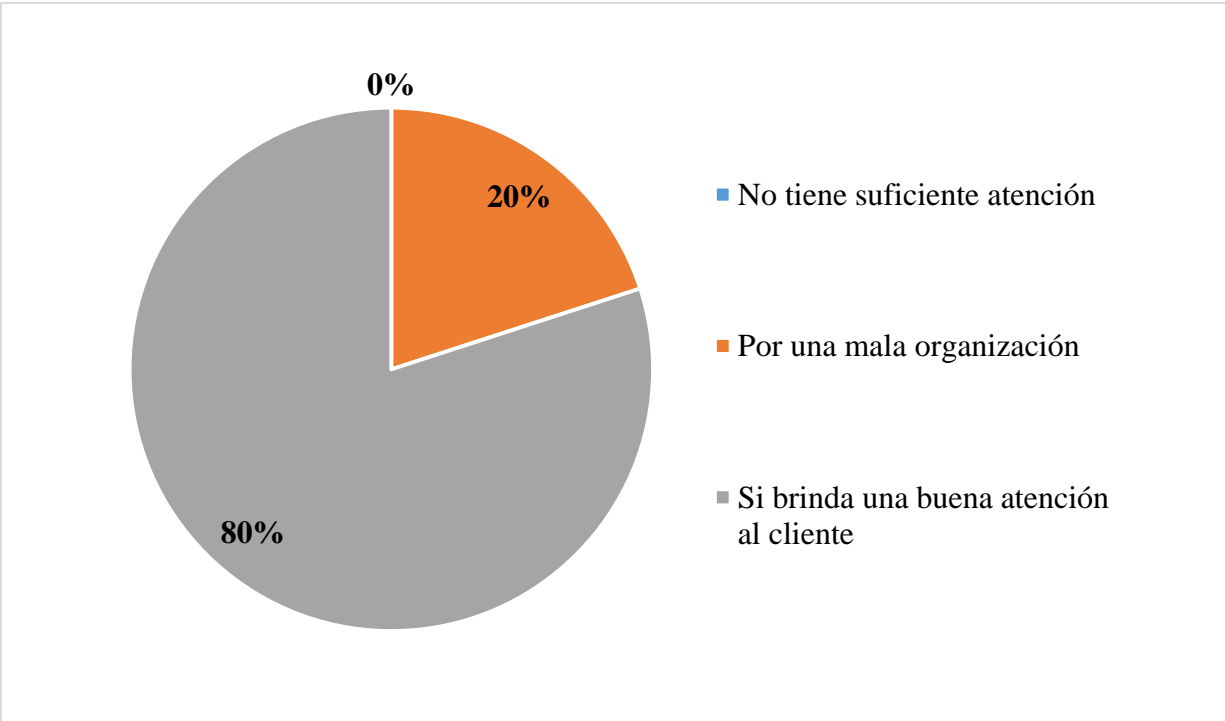


Figura 20. Brinda una mala atención al cliente.

Fuente. Tabla 3.

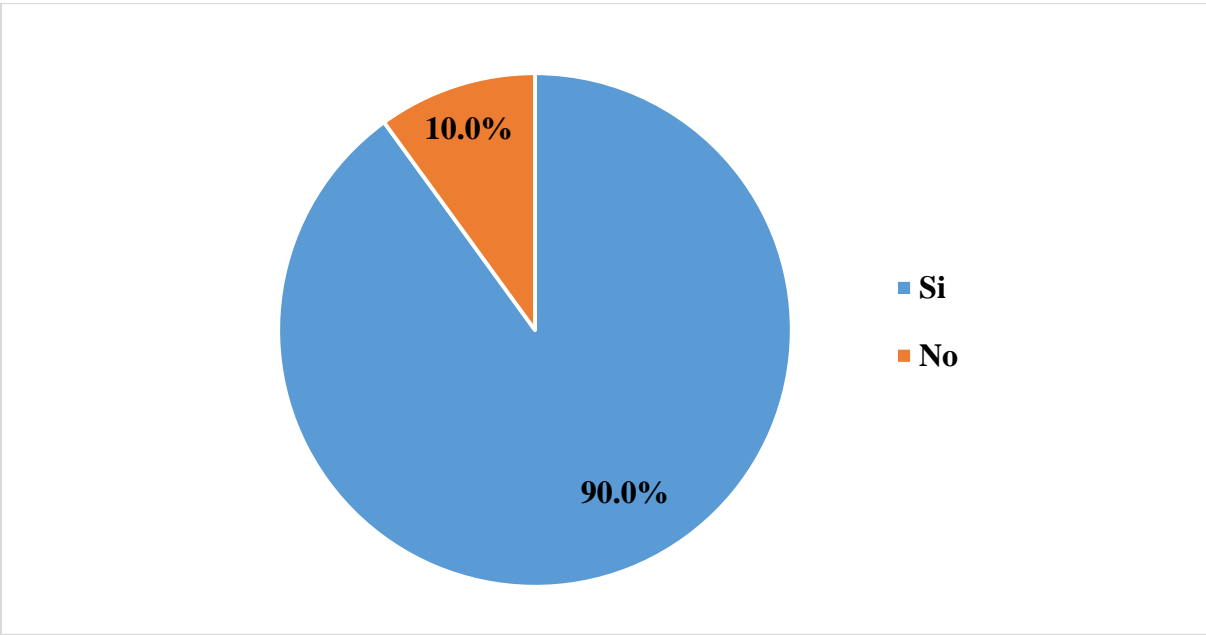


Figura 21. Atiende y da solución a los reclamos de los clientes.

Fuente. Tabla 3.

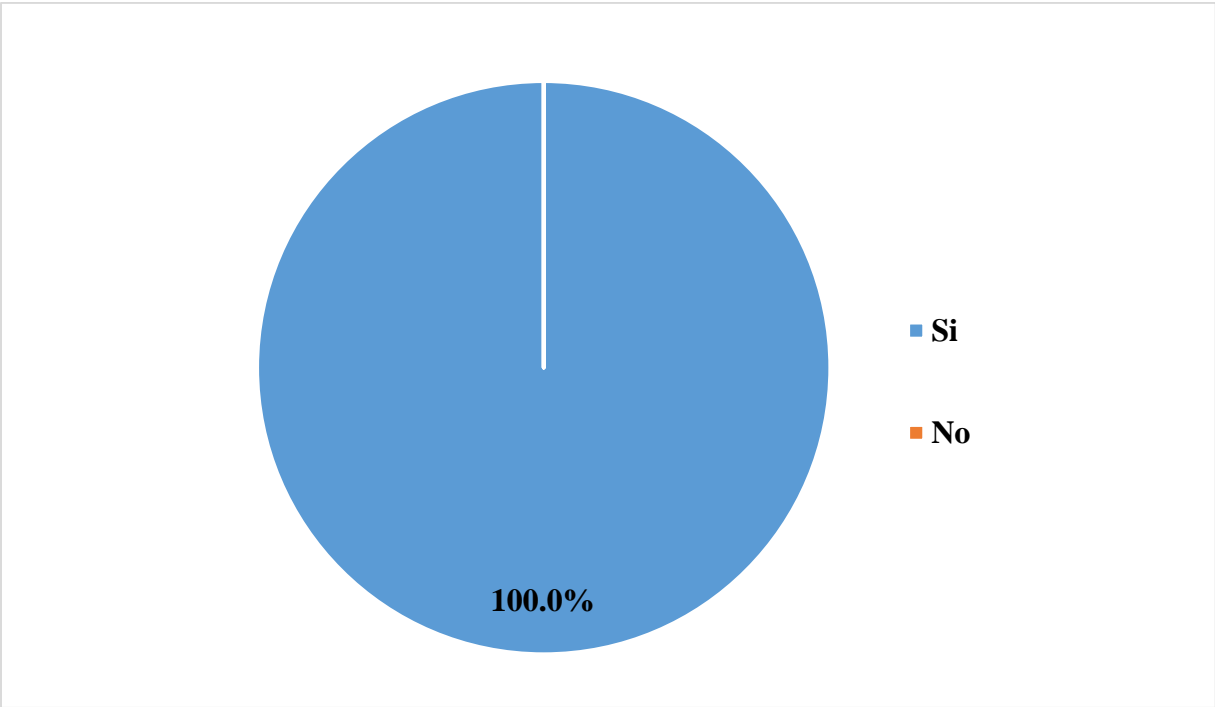


Figura 22. Permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Fuente. Tabla 3.

PASO POR EL TURNITIN:

The screenshot shows a web browser window with the URL `ev.turnitin.com/app/carta/es/?student_user=1&o=1387290317&lang=es&s=1&u=1107185052`. The page header includes the Turnitin logo and the user name `ESTHER LUCIA VALDERRAMA MENDOZA`. The main content area displays the logo of **UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE** and the text: **FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**, **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**, and **GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS - RUBRO RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA, CIUDAD DE SANTA, 2016.** Below this, it reads **INFORME FINAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**. On the right, a sidebar titled **Resumen de coincidencias** shows a **0 %** similarity score and the message **No existen fuentes coincidentes para este informe.** The bottom status bar indicates **Página: 1 de 45**, **Número de palabras: 11851**, and options for **Text-only Report**, **High Resolution**, and **Activado**.