



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE COMO
FACTOR RELEVANTE EN LA PROPUESTA DE MEJORA
EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE COMIDA
CRIOLLA DEL DISTRITO FLORENCIA DE MORA,
TRUJILLO, 2019.**

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

AUTOR

VARGAS PELÁEZ MARVIN JUNIOR

ORCID: 0000-0002-8477-4964

ASESOR

PELÁEZ VALDIVIESO, JOSÉ VÍCTOR

ORCID: 0000-0002-2186-0398

TRUJILLO – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Vargas Peláez, Marvin Junior

ORCID: 0000-0002-8477-4964

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, estudiante de Pregrado, Trujillo,
Perú.

ASESOR

Mgtr. Peláez Valdivieso, José Víctor

Orcid: 0000-0002-2186-0398

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

Trujillo, Perú.

JURADO

Mgtr. Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

Orcid: 0000-0003-0829-1511

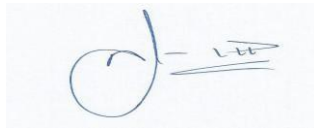
Dr. Rubio Cabrera, Medardo Hermógenes

Orcid: 0000-0002-3094-0218

Mgtr. Rivera Prieto, Héctor Ascención

Orcid: 0000-0002-3924-3048

HOJA FIRMA DE JURADO Y ASESOR



Mgr. Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio
Presidente



Dr. Rubio Cabrera, Medardo Hermógenes
Miembro



Mgr. Rivera Prieto, Héctor Ascención
Miembro



Mgr. Peláez Valdivieso, José Víctor
Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecer a Dios por todas las cosas buenas que nos ha brindado durante este tiempo de estudios y en nuestra vida personal.

Así mismo a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH) por brindarme a través de sus docentes todos los conocimientos, valores a lo largo de mi formación académica profesional.

Por consiguiente a mi ASESOR. MGTR. Peláez Valdivieso, José Víctor. Por las sugerencias para culminar mi trabajo de investigación con éxito.

DEDICATORIA

Al escribir esta página quiero, más que dedicarle esta tesis, aprovechar la ocasión para destacar el cariño y el afecto, el amor y la ternura a quienes siempre me apoyaron: Mis queridos padres Agustín Vargas Alvarado, Tomasa Peláez Usquil; quienes siempre conté con su apoyo y comprensión e hicieron posible la culminación de mi profesión.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad y la atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019. El diseño de la investigación fue No experimental – transversal – descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 17 micro y pequeñas empresas. Se utilizó el cuestionario el cual consta de 22 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 88% conoce sobre gestión de calidad. El 65% utiliza la Atención al Cliente como técnica moderna en gestión de calidad. Coincide con Bueno M (2016) quien con un 62.5% menciona la atención al cliente. El 41 % de los representantes de las Mypes señalan que las dificultades de los trabajadores es la poca iniciativa. El 53% de los representantes de las Mypes utilizan la técnica de la evaluación para poder medir el rendimiento de los trabajadores. El 100% de los encuestados dan a conocer que la gestión de calidad contribuye para mejorar el rendimiento del negocio. El 71% de los empresarios conocen el término sobre atención al cliente, se puede contratar con Estrada (2007). Quien define que los clientes constituyen un elemento vital para las empresas. De todo lo expuesto anteriormente podemos concluir que la mayoría de las Mypes aplican gestión de calidad en atención al cliente, dado a que contribuye para mejorar el rendimiento del negocio.

Palabras Claves: Atención al Cliente, Gestión de Calidad, Mype, Restaurante.

ABSTRACT

The present research work, had as a general objective: To determine the characteristics of Quality Management and customer service as a relevant factor in the proposal for improvement in Micro and Small Businesses, Creole Food Restaurants in the District of Florence of Mora, Trujillo year 2019. The research design was non-experimental - transversal - descriptive. A sample population of 17 micro and small businesses was used to collect the information. The questionnaire was used, which consists of 22 questions. Obtaining the following results: 88% know about quality management. 65% use Customer Service as a modern technique in quality management. Coincides with Bueno M (2016) who with 62.5% mentions customer service. 41% of the representatives of the Mypes point out that the difficulties of the workers is the little initiative. 53% of the representatives of the Mypes use the evaluation technique to be able to measure the performance of the workers. 100% of respondents report that quality management contributes to improve business performance. 71% of entrepreneurs know the term about customer service, can be hired with Estrada (2007). Who defines that customers are a vital element for companies. From all of the above we can conclude that most Mypes apply quality management in customer service, given that it contributes to improve business performance.

Keywords: Customer Service, Quality Management, Mype, Restaurant.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA FIRMA DE JURADO Y ASESOR	iii
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN LITERARIA	9
III. HIPÓTESIS	35
IV. METODOLOGIA	35
4.1. El Tipo De Investigación	35
4.2. Nivel De La Investigación De La Tesis	35
4.3. Diseño De La Investigación	36
4.4. En Universo Y Muestra	36
4.5. Definición Y Operacionalización De Variables	38
4.6. Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos	41
4.7. Plan De Análisis	41
4.8. Matriz De Consistencia	42
4.9. Principios Éticos	44
V. RESULTADOS	45
5.1. Resultados	45
5.2. Análisis de Resultados	50
VI. CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
ANEXOS:	66

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 en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.	45
Tabla 2: Características de las Mypes del sector servicio - rubro restaurante Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.	46
Tabla 3: Características de la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas del sector servicios, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.	47

FIGURA 1: Edad del Representante Legal	72
FIGURA 2: Género.....	72
FIGURA 3: Grado de Instrucción.....	73
FIGURA 4: Cargo que Desempeña	73
FIGURA 5: Tiempo que Desempeña en el Cargo	74
FIGURA 6: Tiempo de Permanencia de la MYPE en el Rubro	74
FIGURA 7: Número de Trabajadores	75
FIGURA 8: Las Personas que Trabajan en la Mype son:	75
FIGURA 9: Objetivo de la MYPE.....	76
FIGURA 10: ¿Conoce el Término Gestión de Calidad?	76
FIGURA 11: ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?.....	77
FIGURA 12: ¿Qué dificultades tienes los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?.....	77
FIGURA 13: ¿Qué Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?.....	78
FIGURA 14: ¿La Gestión de Calidad Contribuye a mejorar el Rendimiento del Negocio?.	78
FIGURA 15: ¿La Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?.....	79
FIGURA 16: ¿Conoce el Término Atención al Cliente?	79
FIGURA 17: ¿Aplica la Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus Cliente?.....	80
FIGURA 18: ¿Cree que la Atención al Cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	80
FIGURA 19: ¿Herramientas que utiliza para un servicio de Calidad?	81
FIGURA 20: Principales factores que aplica para la calidad al servicio que brinda	81
FIGURA 21: La Atención que Brinda a los Clientes es:	82
FIGURA 22: ¿Qué resultados o ventajas ha logrado brindando una buena atención?	82

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente dentro de las empresas es sencillo adentrar a los conceptos que se manejan en el enfoque o servicio al cliente, y en un mayor porcentaje de las ocasiones se dirigen recursos para formar una área o un proceso llamado “Servicio al Cliente”, el cual expone su objetivo de asegurar la satisfacción de los clientes y/o de las partes interesadas, pero la pregunta que nos formulamos en esta investigación es: ¿qué tan efectivo la gestión de mi proceso de servicio al cliente?

La presente investigación tiene como finalidad determinar los acontecimientos que tiene la Gestión de Calidad y atención al cliente como factor relevante sobre las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida criolla del Distrito Florencia de Mora, Trujillo, 2019.

Según Romero, (2017), refiere que: bajo la perspectiva de la norma internacional ISO 9001, se sustenta los requerimientos para la creación de un modelo de sistemas de administración de calidad, podremos encontrar ciertas directrices o referencias para mejorar el desempeño del atención al comprador, para tal efecto hay que entender los siguientes conceptos: “Cliente” considerado como empresa o individuo que compra un bien o prestación de servicio. “Satisfacción” se refiere a que al cliente este satisfecho con los suministros que recibió y que estas cumplan con todas sus expectativas.

Para el logro de un éxito eficaz de una compañía es que cumplan con las necesidades y expectativas por parte de los clientes. En el intento de percibir este principio, la norma establece el descargo: Todo triunfo continuado se lograra siempre y cuando la empresa cautiva y detiene la fidelización de los compradores y otros fragmentos interesantes sobre las cuales depende la organización. Cada vez que interactuamos con el cliente nos brinda una mejor oportunidad para crear más valor para él.

Para toda organización que llegue al éxito dependerá solo de sus clientes, para ello se tiene que cumplir con sus necesidades actuales y futuras de los compradores.

Este enfoque que está enfocado al cliente tiene como guía al “Sistema de calidad” lo cual nos refiere que uno de los objetivos principales que debemos implementar, es ganarnos la amabilidad por parte de nuestros clientes, para poder trabajar en ello se debe cubrir todas sus necesidades y expectativas, también debemos enfocarnos a que tengan una mejor calidad de vida lo cual será muy satisfactorio para poder tener una mejor reputación como organización.

Actualmente se dice que las organizaciones plantean y elaboran un producto, brindan servicios, todo esto va dirigido a sus clientes, existentes y futuros, al momento de la venta de este producto o servicio se reporta un margen de ganancia. Este sistema de calidad está enfocado y relacionado hacia el cliente. Las empresas deben conocer todas las necesidades y percepciones de sus clientes y una vez conocida este objetivo debe ser transferida a la empresa para su conocimiento y esta trabajara con una mejor planeación enfocada a ello (Romero, 2010).

News center, (2014), Refieren que las estadísticas narran acerca de que en el mes de octubre, cuando se empieza a presentar el año 2015, es espantoso pensar en cuanto al atención al cliente y a las experiencias del interesado, esto impactan sobre empresa dejándola sin reputación y visto de una manera muy significativa.

Tal como nos refiere el “Reporte Reciente de Clientes 2020”, nos dice que para este año el estilo del cliente mejorará tanto al precio como al producto, en otras palabras se puede decir que esto generaría branding.

“Los clientes” aguardaran a que las organizaciones tengan un mejor conocimiento de sus necesidades propias y se personalicen es sus expectativas. Esta resolución no será rápidamente suficiente cuando los clientes actuales y fututos esperen de manera proactiva que las empresas cumplan todas sus necesidades y requerimientos.

Actualmente con este pronóstico, se dice que las empresas y las marcas al momento que empezaron a proyectar sus mejoras en el servicio de atención al cliente deben tener un poco más de cuidado en lo dicho anteriormente, así mismo con la responsabilidad social empresarial hacia el 2015.

Actualmente se indica que en los Estados Unidos las organizaciones generan pérdidas de 41 millones de dólares por cada año, debido a que estas empresas brindan una mala atención a los clientes.

Muchas de las organizaciones del siglo XXI de mayor importancia y que sobresalen de todas las demás, lo hacen debido al gran conocimiento que poseen de los clientes y/o usuarios. Las empresas mezclan la información del comportamiento de estos últimos con el servicio o transacción que realizan o reciben.

Es por ello que algunas de las organizaciones han llevado a cabo grandes inversiones en tecnologías con las cuales puedan hacer un seguimiento del servicio frente a los clientes. Pero la comprensión de éstos y su seguimiento llega a ser mínima; y además lo que se obtiene es una base datos sin análisis ni resultados.

Por otro lado, las empresas que se han destacado por mantener o mejorar la calidad en el servicio que ofrecen y por su inversión en el desarrollo de herramientas y métodos, les ha permitido tener un exitoso acercamiento a sus clientes. Estas organizaciones trabajan bajo el enfoque basado en que es mucho más importante conocer a sus consumidores y llevar a cabo el proceso de análisis de los resultados que se pueden obtener.

Es importante que las organizaciones brinden mayor valor al itinerario de las acciones realizadas por los clientes en las negociaciones y de las interacciones que se tengan con el servicio que se ofrezca según el rubro que manejen.

Las organizaciones que realizan un examen detallado y completo a la información humana adecuada podrán tener un mayor entendimiento y gran posibilidad de predecir como es el comportamiento de los clientes, sin necesidad de tener mayor intervención de tecnología para la recolección, distribución y conocimiento generado a partir de las transacciones.

Las empresas deben tener presente que las relaciones con los clientes de ningún manera se pueden administrar, pues ningún cliente ha de dejar de lado tanto el deseo como la posibilidad de ejercer control de sus relaciones a la hora de llevar a cabo un negocio, ellos tan sólo desean ser escuchados, entendidos, servidos y cuidados como elementos fundamentales para la existencia de la organización.

Al proceso, denominan actualmente como el Enfoque de atención al cliente. Que según Brown, (1992) refiere que “la atención al cliente se refiere a personas, no a cosas. Consiste en hacer que encajen dos grupos de personas: los empleados y los clientes. Una vez logrado esto, la empresa obtendrá una ventaja competitiva”.

La realidad es que la atención al usuario no es más que un slogan novedoso y usado en la actualidad, inventado para tratar de desterrar la idea de “trabajar en servicios”.

Es por ello que, la gente opta por denominarlo: “Trabajo en tecnología de la información”, o “Trabajo en la banca empresarial”. Es por ello que la idea del servicio, hoy en día, se enfoca a quienes mantienen oficios cortos o múltiples.

Un servicio de calidad no es algo representativo de las organizaciones tales como restaurantes. Mientras más complicada sea una asociación, más necesitará sobresalir frente a sus competidores. Los clientes desean ser tratados como gente

especial e importante. Y así, no se preocuparán por las pequeñas diferencias en precios o especificaciones.

La atención al cliente no puede conducirse por sí solo, tiene que formar parte de un compromiso de atención a las personas, tanto de dentro como de fuera de la organización. Si una empresa siente indiferencia por las personas, nunca sacará partido alguno de una «campana» de atención al cliente (...). La verídica “atención al cliente” no sólo corresponde a los trabajadores. Tampoco es simplemente un truco de la dirección para elevar los beneficios. Si los directores piensan que la atención al cliente sólo corresponde a los empleados de primera línea, los que deben «lidiar» con la clientela, no pasará mucho tiempo antes de que la gente se desilusione con el programa y se muestre escéptica. (Brown, 1992).

En Perú, nos menciona el diario Gestión. Qué un 67% de clientes de los restaurantes se alejan de un servicio por mala atención. Lo cual micro empresarios restauranteros se estarían adaptando mejor a las ventas y mejoras en el proceso, a diferencia de otros rubros como lo señala JL CONSULTORES. El proceso de atención al cliente es un oplar fundamental para que el consumidor vuelva a realizar alguna compra y/o emplear un servicio.

Lima, nos menciona el consultor en “temas gastronómicos”. Que propinen más inversión de restaurantes en “buenas prácticas de servicios enfocados al cliente”, también refiere que por cada cliente insatisfecho por la atención de un restaurante, se pueden más de 10mclientes potenciales. Según el experto en marketing de servicios y consultor en temas gastronómicos, Alberto Ascensión, confirma que para una organización gastronómica tenga éxito, se debe por mejorar el servicio y para que esto pase los representantes de las Mypes deben invertir más formar mejor a su personal con el fin que trate bien al cliente externo.

En la Región la Libertad es de suma importancia apoyar a los microempresarios para que estos mejoren su proceso de la gestión de calidad en el enfoque en atención al cliente, ya que es un pilar fundamental para que ellos puedan así mejorar sus procesos de atención al cliente. Por lo tanto ellos tienen que aplicar las “herramientas estratégicas y/o técnicas administrativas”, así mismo también conocer la gestión empresarial para una mejor toma de decisiones y poder desarrollarse de manera adecuada.

En Arequipa una empresa colombiana denominada “Rappi” amplió los servicios de delivery lo cual promedia atender 100 restaurantes y supermercados. Esta empresa especializada en food delivery anunció la expansión de su negocio de entregas en nuestra capital, al llegar por primera vez a la ciudad blanca Arequipa la inversión que fue proyectada fue a unos 5 millones de dólares.

La presente investigación usará la siguiente metodología: Nivel Descriptivo, tipo cuantitativo, Diseño No experimental, transversal, descriptivo, Técnica: encuesta, e Instrumento: cuestionario.

En la ciudad de Trujillo, distrito de Florencia de Mora donde se realizó la presente investigación, se desconocía las características de las Mypes, de los representantes y de la gestión de calidad y atención al cliente por lo tanto se planteó el siguiente problema de investigación **¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019?**

Para dar respuesta a esta interrogativa se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad y la atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas,

Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.

Para poder comprender el objetivo general se ha planteado, los siguientes objetivos específicos.

- Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.
- Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.
- Determinar las características de gestión de calidad y atención como factor relevante de las micro y pequeñas empresas, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.
- Elaborar una propuesta de mejora en función de los resultados de la investigación.

Finalmente, la presente investigación se justifica porque nos permite conseguir aspectos teóricos de la gestión de calidad en atención al cliente que se aplica en las Micro y Pequeñas Empresas para su crecimiento y desarrollo en nuestro país. Se justifica porque nos permitió conocer las características de los representantes de las micro empresas.

La relevancia práctica del desarrollo de la investigación, radica en que podrá ser útil para posteriores investigaciones, al argumentar mediante teorías y prácticas concernientes a la gestión en el enfoque en atención al cliente.

Será un aporte teórico en el marco de la administración y la psicología del consumidor, para ayudar a identificar cómo es que se manifiestan las variables en la población seleccionada, que son las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora. Así mismo será registrado como un antecedente, respecto al análisis y descripción de tal variable, orientados a evaluar tales constructos y servirá de base para futuras investigaciones.

Por lo dicho, el conocer la gestión de calidad en el enfoque en atención al cliente en la población establecida, permitirá trabajar fortaleciendo factores positivos presentes en la investigación asociados.

También será de beneficio para los micro empresarios ya que se elaborará una propuesta de mejora para hacer una mejor gestión en las Mypes sector servicio rubro restaurantes mencionados anteriormente.

La investigación será elaborada para poder obtener el Título de Licenciado en Administración.

Esta investigación tuvo los siguientes resultados: 65 % son de género femenino, el 65 % de encuestados tienen grado de instrucción superior universitario, el 47 % de las Mypes tienen tiempo de permanencia en el rubro en promedio de 4 – 6 años. La mayoría de sus trabajadores son personas No familiares con el 71 %, el 100 % declaró que su objetivo de creación fue para generar ganancias, así mismo el 71 % son dueños de los restaurantes. El 88 % considera que si tiene conocimiento del término gestión de calidad, 65% utiliza como técnica de atención al cliente. El 71 % si conoce el término atención al cliente. El 65 % considera el principal factor de calidad es la rapidez en la entrega de los productos, finalmente un 88 % consideran su atención al cliente es buena.

La presente investigación tiene las siguientes partes fundamentales: Parte I. Introducción de la investigación; II Parte. Revisión de Literatura; Parte III. Hipótesis Parte IV. Metodología de investigación, Parte V. Resultado; Parte VI. Conclusiones.

II. REVISIÓN LITERARIA

1.1. Antecedentes

A Nivel Internacional

Muñoz Yzquierdo Conny Francheska. (2016). Realizo una investigación sobre: *“Plan de acción para la mejora de la calidad y visibilidad en el mercado, del restaurante Finca La Gloria, provincia del Guayas”*. Tesis para optar el Título de Licenciada en Turismo y Hotelería, en la Universidad Estatal de Guayaquil. GUAYAQUIL – ECUADOR. Tuvo como Objetivo General: Diseñar un plan de acción estratégico con enfoque a la mejora continua, que permita el incremento de la demanda y la satisfacción del cliente en Finca La Gloria. El tipo de investigación es mixta debido a que reúne características tanto de la investigación cualitativa como la cuantitativa, se utilizaron encuestas. Teniendo una población de 2500. **Se obtuvieron los siguientes resultados:** Un 39% de los encuestados respondieron que están en el rango de frecuencia de entre 2 a 4 visitas por año, el 29% aporta con una vez, un 16% manifiestan que acuden 5 veces mientras que el restante 16%, de seis en adelante. Gran parte de turistas toman en cuenta este lugar para visitar en sus días libres, así que se destaca eso 14 como ventaja y se puede sacar gran provecho. 31% de personas consideran insegura la infraestructura del sitio, no muy lejano le sigue un 28% que indican que, si es segura, el 26% lo califica como

peligrosa mientras que el 15% alega que es demasiado segura. Hay que trabajar en la remodelación de la infraestructura para que los turistas no piensen que es en un peligro consumir alimentos en dicho lugar sino, un lugar seguro para compartir entre familiares y amigos. Según los resultados que arrojaron que sobre la apariencia del lugar se muestra una igualdad en porcentaje del 34% tanto para decidir que la imagen del lugar es buena y de igual manera para afirmar que es regular, luego se manifiestan con el 17% la calificación de excelente y por último el 15% dicen que su apariencia es mala. Procurar al mejoramiento de la apariencia del restaurante puesto que se debe demostrar una excelente imagen al público para que estos se lleven una grata experiencia. El 38% de los clientes asegurando que no reciben un servicio cordial ni amable por parte de los prestadores de servicio, otro 26% está de acuerdo en que sí lo reciben, el 22% está totalmente en desacuerdo en que no han percibido nada de cordialidad ni amabilidad al ser atendidos y el restante 14% confirman estar totalmente de acuerdo con el trato. Un 44% afirmó que los atendieron de forma lenta, otro 27% que percibió el servicio de manera muy lenta, el 22% opinó que la tención era aceptable y por último una pequeña parte de los encuestados representados por un 7% creen que el servicio fue rápido. Con estos porcentajes se llega a tener una perspectiva aparentemente desfavorable para los consumidores y el restaurante, para el consumidor porque pierde su tiempo en esperar tanto por su requerimiento y para el restaurante porque con este nivel de atención se pierden a los clientes. Un 49% comentó que el aspecto de los empleados que labora en el restaurante es regular, el 25% asistió con que era mala, un 15% que corresponde a que su imagen es buena, mientras un 11% le apuesta a su excelencia. Con respecto a la manipulación de los utensilios y alimentos por parte de los meseros el 47% se inclina más por la percepción de que es regular, el 21% lo califica

como buena manipulación, el 19% sostiene que es mala, y el sobrante 13% afirma que lo hacen de manera excelente. El 33% no está de acuerdo con el precio pagado por el servicio recibido, el 31 opina estar totalmente en desacuerdo, mientras el 27% sostiene estar de acuerdo y un pequeñísimo 7% está totalmente acuerdo. El 35% de los consumidores califica como un servicio de calidad regular, el 34% asiste que es malo, el 16% piensa que es bueno y el 15 cree que está en un nivel excelente. Se tuvo las siguientes conclusiones: El estudio y abordaje del marco teórico permitió establecer las bases conceptuales para desarrollar esta investigación, acordándose que la calidad es una magnitud de vital importancia para la competitividad y eficiencia en las organizaciones y que específicamente en el sector turístico, esta se vuelve más importante aún si se toma en cuenta la amplia gama de ofertas que de este sector existen en el mercado. La metodología aplicada permitió obtener datos relevantes y significativos que derivaron en la propuesta de esta investigación, aportando validez y confianza en los resultados obtenidos. Se detectó que las principales falencias en la gestión actual del Restaurante se encuentran en la imagen y el servicio al cliente, así mismo se demuestra la necesidad de diseñar estrategias de visibilidad e impacto en el mercado que garanticen una demanda. Se diseñó un plan de acciones estratégicas encaminado a la corrección de las falencias detectadas y coadyuvar de esta forma a la conformidad con el servicio, siendo las principales áreas de mejora: la infraestructura, la imagen, la promoción y la calidad del servicio. Las estrategias de marketing establecidas, permitirán la visibilidad e impacto en el mercado del restaurante objeto de estudio, acotando que debe existir una total y completa correlación entre los servicios prometidos y los otorgados para evitar caer en la publicidad engañosa.

Chang Figueroa, Juan José. (2014). En su tesis titulada, *Atención Al Cliente En Los Servicios De La Municipalidad De Malacatán San Marcos. Guatemala*, Tuvo como objetivo: Proponer la planeación estratégica como una herramienta factible para mejorar el servicio que brindan los dichos restaurantes de dicha cabecera. Se utilizó como instrumento las encuestas para determinar si es realmente necesario mejorar el servicio. Tuvo los siguientes Resultados: Edad entre 31 – 40 años 34%, Lugar donde Reside Área Urbana con un 59%, trámite o solicitud de servicio realiza 77% es particular, quien le recibió al ingresar a la municipalidad el 68% opino que el guardia de seguridad, como fue el trato al recibirle el 46% dijo que Bueno, calificación del personal de las personas en recepción el 46% dijo que Buena, calificación proporcionada en su demanda de servicio el 51% Buena, calificación comunicación verbal 56% dijo que muy agradable, el trato de los colaboradores por parte de la municipalidad el 49% dijo que Buena, importancia de la demanda de su servicio el 45% dijo que importante, comprensión y empatía por el colaborador municipal el 31% dijo que Buena, descripción de momento que fue atendido Agradable con un 38%, cumplió sus expectativas el servicio que le brindo la musicalidad el 58% dijo que Si, expectativas que esperar por parte de la municipalidad el 36% dijo que las instalaciones sean cómodas y limpias, Resolvió su problema el servicio que le presto la municipalidad el 65% dijo que si, como se sintió por el servicio que recibió un 42% satisfecho, que aspectos le agradaron y que aspectos desagradaron el 44% mala atención al cliente, suficiente lugar en el parqueo para su vehículo el 42% dijo que no, servicio que más demanda la Municipalidad el 27\$ trámites personales, hora en que prefiere ir a la municipalidad un 55% por la mañana, respecto a su tiempo de espera el 48% indiferente, por último consideración del tiempo de prestación de servicio es: 30 % muy lento.

Concluyendo: Qué En la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; no se cuenta con la adecuada ambientación de la infraestructura, que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios y se genere una imagen institucional que persiga en su conjunto, crear las condiciones, que influyeran en la participación ciudadana de la región, en el ejercicio de sus derechos y obligaciones como ciudadanos Guatemaltecos. En consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda entre regular y buena; sin embargo, al analizar los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, se concluye que es deficiente.

2. El usuario de los servicios de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, no se siente del todo satisfecho, ello debido a la variabilidad de los colaboradores al momento de ser atendidos en relación a la orientación, cortesía, amabilidad, el servicio en sí y a la deficiente ambientación de las instalaciones, ya que el usuario, espera que la atención sea la adecuada en aspectos como: información brindada, cortesía, amabilidad y rapidez; además que, las instalaciones sean cómodas, limpias, con la seguridad, y servicios básicos indispensables disponibles. Por tanto, para el cliente demandante de los servicios, la atención al cliente se calificó entre buena y regular; lo que les provocó un sentimiento de indiferencia a la hora de calificarla.

3. Al hacer un balance entre los aspectos agradables y desagradables, considerando de igual manera los resultados de la observación técnica efectuada de la atención al cliente y las condiciones actuales de la infraestructura municipal; es decir, la evaluación general de los aspectos tangibles e intangibles de la atención al usuario, se considera que la imagen institucional que proyecta la Municipalidad, es regular.

4. En la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, no existe un plan

previamente establecido de la atención al cliente; lo que provoca que no existan los lineamientos, 143 procedimientos, guía y orientación adecuada, que permita a los colaboradores la sinergia de esfuerzos, para que en su conjunto, se procure la satisfacción al usuario, fortalecer los servicios prestados y crear una imagen excelente de la institución.

Gonzales Pastor, Rafael. (2014). En su tesis titulada, *La Calidad y la Satisfacción del Cliente en la hotelería low cost*, Segovia. Tuvo como objetivo: ver el grado de fidelidad de los clientes. Como conclusión principal que saco del Proyecto Fin de Grado, es la importancia de gestionar la calidad en un hotel para conseguir clientes satisfechos y lograr ahorro en una gestión integral de la empresa para obtener óptimos resultados en la cuenta de explotación. La Gestión de la Calidad Total es muy costosa de poner en marcha pero una vez implantada en un hotel los costes se reducen a largo plazo.

Como **conclusión principal** que saco del Proyecto Fin de Grado, es la importancia de gestionar la calidad en un hotel para conseguir clientes satisfechos y lograr ahorro en una gestión integral de la empresa para obtener óptimos resultados en la cuenta de explotación. La Gestión de la Calidad Total es muy costosa de poner en marcha pero una vez implantada en un hotel los costes se reducen a largo plazo. En el primer capítulo se ha visto la diferencia entre los conceptos de calidad y el de satisfacción del cliente. Es un capítulo de conceptualización dónde he podido comprender lo que es la calidad, los aspectos de su gestión y la importancia que tiene para un hotel implantar Normas de Calidad, concretamente la Q de Calidad. El análisis del Grupo Accor permite apreciar la importancia que tiene para un hotel estar bajo el amparo de una marca hotelera de Accor, bajo un sistema de franquicia o gestión ya que posee una gran cartera de clientes fieles en cada marca y

proporciona canales de venta y distribución que un hotel independiente nunca llega a conseguir. En el contexto actual, resulta de vital importancia saber gestionar la calidad y el medio ambiente en un entorno de un hotel. Estos dos ámbitos, la calidad y el medio ambiente, bien gestionados ayudan a fidelizar clientes y evitar sobrecostos en la gestión de un hotel. En este capítulo se ve también la complejidad de gestionar un sistema de calidad, una gestión que debe implicar a todos los miembros del personal del hotel para obtener unos resultados óptimos. La gestión de la calidad mediante normas ISO u otras normas de calidad como la Q de Calidad debería ser tomada en cuenta en la hotelería en general para obtener mejores resultados económicos y una rentabilidad a largo plazo. La conclusión que saco es la importancia de satisfacer al consumidor. Un consumidor satisfecho repite de establecimiento ya sea el mismo hotel u otro de la misma cadena o grupo, entonces se generan clientes para otros hoteles del grupo. También se aprecia la importancia de que el cliente se vaya satisfecho de un hotel porque a la hora de expresar sus experiencias en las webs como Tripadvisor.com o Booking.com pueden condicionar a otros clientes con los comentarios que se escriben a la hora de elegir un hotel u otro en base a puntuaciones y comentarios. Esta situación post consumo es muy importante de controlar, puesto que, la opinión del cliente una vez abandona el hotel es muy difícil cambiarla.

A Nivel Nacional

Yzaguirre Ventura, Elizabeth Ysela. (2018). En Su tesis Titulada, *Gestión De Calidad En La Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Pollerías, En El Casco Urbano De La Ciudad De Chimbote, 2018.* Tuvo como Objetivo General: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del

sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018. La metodología fue No experimental transversal-descriptivo, con una muestra de 12 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniendo como resultados: El 75% de los representantes tienen de 31 a 50 años, El 75% son de género masculino, El 58.33% tiene una instrucción superior universitario, El 66.67% son dueños, El 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, El 50% tiene 4 a 6 años en el rubro, El 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 75% tiene como objetivo generar rentabilidad, El 58.33% conoce la gestión de calidad y la técnica atención al cliente, El 66.67% indica que la gestión de calidad ayuda alcanzar sus objetivos, Conoce el termino de gestión de calidad el 91,67%, El 91.67% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda, Cree que la Atención al Cliente es Fundamental el 91,67% dijo que Si, Sobre la Atención que Brinda es con un 83,33 es muy Buena, sobre si considera Que se está dando una mala atención Un 33,33% no tiene suficiente personal, técnicas de atención al cliente que se aplica un 58,33 dijo que por un Precio justo y Razonable, Sobre si la empresa es eficiente cuándo atiende los reclamos un 91,67% dijo que Si y por último Cree Ud. que la Atención al Cliente permite el Posicionamiento del mercado un 83,33% Respondió que Sí. **Concluyendo:** La mayoría absoluta de los representantes tienen 31 a 50 años y son de género masculino, su objetivo generar ingresos, aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda y le ayuda alcanzar los objetivos, la mayoría son profesionales, dueños, tienen de 4 a 6 años de experiencia y permanencia del rubro, conocen el término gestión de calidad y la técnica atención al cliente.

Bueno Martínez, Miceli Paola. (2016). En su Tesis Titulada, *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro Restaurantes En La Urb. 21 De Abril, Chimbote, 2016*, Tuvo como objetivo

General: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016, su metodología fue NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO, se tuvo como resultados: Edad de los representantes de 31 años – 50 años fue un 62.5%, género 50 % masculino y 50% femenino, en grado de instrucción se obtuvo un 50 % en nivel secundaria, cargo 75 %, tiempo del cargo de 4 a 6 años obtuvo un 50 %, tiempo de permanencia de la empresa en el rubro de 4 a 6 años un 62,5 %, números de trabajadores de 1 a 5 obtuvo un 62,5 %, personas que trabajen en su empresa un 87,5 no son familiares, objetivos de la empresa el generar ganancias obtuvo un 62,5%, conoce el término de gestión de calidad un 62,5 % obtuvo que no conoce, técnica de gestión que aplica un 62,5 % obtuvo atención al cliente, dificultades de los trabajadores en la gestión un 75% no se adapta a los cambios, técnicas para medir el rendimiento de los trabajadores la observación obtuvo un 87,5 % , Gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa un 62,5 % SI; término en atención al cliente un 62,5 % respondió que Si, Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes un 62,5 % respondió que a veces, Atención al cliente es fundamental para que éste regrese un 50 % respondió que a veces, Herramientas que utiliza para un servicio de calidad un 50 % obtuvo Confianza, Factores de calidad al servicio un 50 % obtuvo Atención Personalizada, Atención que brinda al cliente es: Buena obtuvo un 62,5 %.

Concluyendo: de todo lo expuesto anteriormente podemos concluir que la mayoría

de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en atención al cliente, dado que utilizan la confianza como un elemento diferenciador para mejorar la fidelidad de los clientes.

Figueroa Rodriguez, Carlos Alberto. (2016). En Su Tesis Titulada, *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas En El Sector Servicio Rubro, Restaurantes, Jr. Ladislao Espinar Cdra. 3, Ciudad De Chimbote, 2016.* Tuvo como objetivo General: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, y determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO, se tuvo como resultados: Edad de los representantes de 31 años – 50 años 50%, genero 62,5% masculino, en grado de instrucción se obtuvo un 62,5 % en superior universitario, cargo 87,5% , tiempo del cargo de 7 años a más obtuvo un 50 %, tiempo de permanencia de la empresa en el rubro de 7 años a más un 62,5 %, números de trabajadores de 6 a 10 obtuvo un 50 %, personas que trabajen en su empresa un 75 % no son familiares,

objetivos de la empresa el generar ganancias obtuvo un 87,5%, conoce el término de gestión de calidad un 62,5 % obtuvo que Si conoce, técnica de gestión que aplica un 62,5 % obtuvo atención al cliente, dificultades de los trabajadores en la gestión un 50% aprendizaje lento, técnicas para medir el rendimiento de los trabajadores la Observación obtuvo un 75% , Gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa un 62,5 % A Veces; termino en atención al cliente un 100% respondió que Si, Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes un 75% respondió que Siempre, Atención al cliente es fundamental para que éste regrese un 50 % respondió que a veces, Herramientas que utiliza para un servicio de calidad un 62,5% obtuvo Confianza, Factores de calidad al servicio un 50 % obtuvo Las Instalaciones, Atención que brinda al cliente es: Buena obtuvo un 87,5%.

Conclusión: La mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en atención al cliente, para ello utilizan la confianza como herramienta para mejorar el grado de satisfacción del cliente.

A NIVEL LOCAL

Rios Salas, Marcos Antonio. (2019). En su Tesis Titulada, *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Restaurantes Ubicados En El Mall Plaza Trujillo, Año 2019.* Tuvo como objetivo general: Determinar las características de Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Mypes del sector servicio- rubro restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, Para la preparación del trabajo de indagación se empleará el diseño de investigación, no experimental – Transversal – Descriptiva, con objetivos específicos: Determinar las importantes características de los representantes de las micro y pequeñas del sector servicio rubro restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, año 2019, Determinar las

importantes características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro-restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, año 2019, Determinar las principales características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio-rubro restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, año 2019, Elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las Mypes del sector servicio - rubro restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, año 2019. Se tuvo como resultados: Edad de los representantes 56,25% entre 31 y 50 años, Género Femenino un 56,25%, Nivel de estudios 62,5% superior universitario, cargo que desempeña 100% Administrador, Años en el Cargo 50% de 4 a 6 años, años de la empresa en el rubro de 4 a 6 años obtuvo un 43,75%, Cantidad de Colaboradores de 11 a más trabajadores obtuvo un 60%, Los Colaboradores que tiene en su empresa son Personas no Familiares con un 56,25%, Objetivo de la Creación un 100% generar Ganancias, Sobre Conocimiento de Gestión de Calidad 100% Respondió que Si, Si Conoce sobre técnicas de Gestión de Calidad 43,75% Atención al Cliente, Dificultades de los Colaboradores en la Implementación de Gestión de Calidad 59,5% Amaestramiento lento, Sobre Técnicas para medir el Rendimiento de Personal lo Obtuvo La Evaluación con un 100%, La Gestión de calidad como contribución para su negocio el 100% dijo que Si, La gestión de calidad permite alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa el 100% dijo que Si, Conoce el Término de Atención Al Cliente el 100% Si Conoce, Empleamos la gestión de calidad en el servicio que brindas a los clientes el 100% dijo Si, La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento el 100% dijo que Si, Herramientas que se utiliza para un servicio de Calidad el 100% dijo que La Comunicación, Principales factores para la calidad del servicio que se brinda el 59,50% dijo que Rapidez en Entrega, Brindamos una

buen atención clientes el 100% dijo que Si, Consideramos estar dando una mala atención al cliente el 56,25% Por una mala organización de los trabajadores y por último si Logramos buenos resultados al brindar una buena atención al cliente el 37,50% dijo los clientes Satisfechos. **Se concluye** que la mayoría conoce de gestión de calidad (100.00%), la mayoría brinda una mala atención por los empleados (56.25%), la mayoría simple brinda una excelente atención al cliente logrando la satisfacción de los clientes (37.50%).

Villacorta Aredo, Hilder Ever. (2018). En su Tesis Titulada, *Gestión De La Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Restaurante, Urbanización Los Jardines, Trujillo 2018*, Tuvo como objetivo General: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Para poder obtener el objetivo general se ha planteado, los siguientes objetivos específicos. Determinar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante, urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. Se tuvo Como Resultados: Edad de los Representantes 55% entre 31 y 50 años, Género Masculino

un 64%, Grado de Instrucción 55% Superior Universitario, cargo que desempeña 82% Dueño, Tiempo en el Cargo 36% de 4 a 6 años, Tiempo de la Mype en el rubro de 7 a más años obtuvo un 55%, Cantidad de Colaboradores de 1 a 5 Trabajadores obtuvo un 91%, Colaboradores que trabajan en su empresa son Personas No Familiares con un 82%, Objetivo de la Creación un 100% generar Ganancias, Sobre Conocimiento de Gestión de Calidad 45% Respondió que Si, por otro lado otros 45% Tienen cierto Conocimiento, Si Conoce sobre técnicas de Gestión de Calidad el 100% Atención al Cliente, Dificultades de los Colaboradores en la Implementación de Gestión de Calidad 82% No se Adaptan a los Cambios, Sobre Técnicas para medir el Rendimiento de Personal lo Obtuvo La Observación con un 82%, La Gestión de calidad en el Rendimiento para su negocio el 100% dijo que Si, La gestión de calidad permite alcanzar los objetivos y metas de la empresa el 100% dijo que Si, Conoce el Término de Atención Al Cliente el 100% Si Conoce, Empleamos la gestión de calidad en el servicio que brindas a los clientes el 100% dijo Si, La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento el 100% dijo que Si, Herramientas que se utiliza para un servicio de Calidad el 64% dijo que La Comunicación, Principales factores para la calidad del servicio que se brinda el 55% dijo que Rapidez en Entrega, Atención que brinda a los clientes con un 82% Buena, Consideramos estar dando una mala atención al cliente el 73% Por una mala organización de los trabajadores y por último Si se Logra Buenos resultados al brindar una buena atención al cliente el 36% dijo los clientes quedan Satisfechos, por otro lado el 36% opina que ayuda a incrementar las ventas. **Finalmente, las conclusiones son:** El 91% tienen de 1 a 5 trabajadores El 64% conocen atención al cliente. El 100% aplican la gestión de calidad en la atención al cliente. El 92% si es fundamental la atención al cliente para que este

regrese. El 82% brindan una buena atención al cliente. El 36% una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores.

Albido Domínguez, Cristhian Junior. (2018). En sus tesis Titulada, *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Sector Servicio – Rubro Pollerías, En La Avenida Sánchez Carrión Distrito De El Porvenir, 2018.* Tuvo como objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El Porvenir, 2018. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. Con una población muestral de 12 pollerías en la Avenida Sánchez Carrión en el Distrito de El Porvenir. Se Tuvo como Resultados: Edad de los Representantes 66.67% entre 31 y 50 años, Género Masculino un 91,67%, Grado de Instrucción 75% Superior No Universitario, cargo que desempeña 91,76% Dueño, Tiempo en el Cargo 68,33% de 4 a 6 años, Tiempo de la Mype en el rubro de 4 a 6 más años obtuvo un 58,33%, Cantidad de Colaboradores de 6 a 10 Trabajadores obtuvo un 75%, Colaboradores que trabajan en su empresa son Personas Familiares con un 58,33%, Objetivo de la Creación un 83,33% generar Ganancias, Sobre Conocimiento de Gestión de Calidad 58,33% Respondió que Tiene Cierta Conocimiento, Si Conoce sobre técnicas de Gestión de Calidad el 58,33% Atención al Cliente, Dificultades de los Colaboradores en la Implementación de Gestión de Calidad 41.76% No se Adaptan a los Cambios, Sobre Técnicas para medir el Rendimiento de Personal lo Obtuvo La Observación con un 75%, La Gestión de calidad en el Rendimiento para su negocio el 58,33% dijo que Si, La gestión de calidad permite alcanzar los objetivos y metas de la empresa el 50% dijo que Si, Conoce el Término de Atención Al Cliente el 75% Si

Conoce, Empleamos la gestión de calidad en el servicio que brindas a los clientes el 175% dijo Si, La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento el 91,67% dijo que Si, Herramientas que se utiliza para un servicio de Calidad el 66.76% dijo que La Comunicación, Principales factores para la calidad del servicio que se brinda el 75% dijo que Atención Personalizada, Atención que brinda a los clientes con un 75% Buena, Razón de estar dando una mala atención al cliente el 75% Si brindan una Buena Atención al Cliente y por último Si se Logra Buenos resultados al brindar una buena atención al cliente el 51,67% dijo la Fidelización de los Clientes, **Concluyendo:** Finalmente se llega a la conclusión que, para las pymes en estudio, tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, pero afirman que si conocen termino atención al cliente, Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y que han logrado una fidelización del cliente.

1.2. Bases Teóricas

A. GESTIÓN DE CALIDAD

DEFINICION DE GESTION DE CALIDAD

La Gestión de calidad es importante, porque interactúa con la planificación, organización, dirección y control, porque una empresa cuenta con varias actividades donde hace que sea más eficiente al momento de ejecutar sus operaciones y por ende permite que las microempresas den confianza a sus clientes.

Según Heras et al. (2008), “argumenta que la gestión está compuesto de decisiones que se toman en las microempresas con el objetivo de ser más eficientes para

brindar productos de calidad y servicios. Con la finalidad de seguir satisfaciendo a la comunidad”(p.15).

SISTEMA DE GESTIÓN , PRINCIPIOS GENERALES

Es un instrumento básico y demostrativo que permite que la empresa conozca todos sus principios de como guiar a sus colaboradores para un mejor desempeño de actividades. Lo cual permitirá medir nivel de satisfacción con sus clientes, logrando así resultados deseados.

Según Fernández. (2006), “argumenta que la calidad se mide a través de estándares o criterios en que un producto o servicio es visto de otra perspectiva por parte del cliente, ya sea éste interno o externo. Al cliente que siempre interviene con la empresa debemos asegurarnos que cumpla con todas sus expectativas” (p.32).

Como podemos indicar, los objetivos principales de un sistema de gestión de calidad son los siguientes:

- Hacer las cosas adecuadamente, en forma frecuente.
- Según lo pactado o cumpliendo con los requisitos necesarios.
- Las cosas deben hacerse correctamente y a la primera vez.
- Satisfacer las nuevas necesidades de nuestro entorno, esto podemos detectar a través de medios.

NORMAS INTERNACIONALES

Las normas o estándares internacionales son un vínculo enfocadas a ordenar la gestión de calidad de una sociedad en sus diferentes ámbitos. Es el grado en que

asegura la calidad en los procesos de producción cumpliendo todas las características y estándares para que al final se pueda evitar que los productos salgan defectuosos.

Según el mismo autor refiere que Las normas ISO 9000 surgieron con el objetivo principal de ser un instrumento que favorezca a las empresas en las fabricaciones, el comercio, y comunicación, permitiéndoles que puedan abastecer productos y servicios de calidad y que garantice la satisfacción de todos los clientes.

OCHO PRINCIPIOS DE GESTIÓN

Los principios de gestión son todos aquéllos que toda empresa tiene que cumplir, para así obtener beneficios positivos, es una norma fundamental que detalla las características de cómo llevar y aplicar para una mejor eficiencia, lo cual se tiene que aplicar a cada principio de calidad.

Según Vértice (2010), nos comenta sobre Los ocho principios que pueden ser empleados por toda organización moderna con alta dirección con el fin de consolidarse como la mejor en el trabajo, en el desarrollo y en el tener éxito de sí misma.

- **Enfoque al cliente:** las compañías dependen de sus clientes y por lo tanto tienen que comprender conocer y tener en claro las necesidades existentes y futuras de los clientes, para lograr una mejor satisfacción, asimismo deben esforzarse en ofrecerles soluciones a través de sus productos y servicios logrando superar esas expectativas día a día.

- **Liderazgo:** los líderes forman el equipo de propósito y la orientación de la empresa. Por eso ellos deberían crear y conservar un buen ambiente laboral, en

el cual el personal que tienen a su cargo puedan totalmente involucrarse en el logro de los objetivos de la organización.

- **Participación del personal:** la motivación al personal es clave para la empresa, lo cual debe ser reconocido por parte de la empresa porque depende de sus talentos y habilidades del personal ayudara y serán usadas para el beneficio de la compañía.

- **Enfoque procesos:** un resultado positivo se miden cuando los procesos y actividades puedan crean valor a los clientes y son más eficientes en la sociedad.

- **Enfoque de sistema de gestión:** para poder lograr los objetivos se tiene que conocer, entender y gestionar los procesos relacionados como un sistema de gestión que contribuye con la eficacia y eficiencia de la empresa, para ello será necesario que la organización gestione de manera correcta todos sus procesos interrelacionados.

- **Mejora continua:** esta mejora continua se basa en procesos y se consigue a través del desempeño de la organización, así mismo esta debería ser un objetivo permanente de planificar, desarrollar, controlar y buscar una mejora.

- **Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:** las decisiones vigorosas se miden a través de los análisis, la recolección de datos y la información para poder controlar y tomar mejores decisiones.

- **Relaciones beneficiosas con el proveedor:** es necesario asumir alianzas estratégicas con los proveedores para poder ser más competitivos en el mercado, así mismo nos ayudara a mejorar nuestro proceso de producción y una mayor

rentabilidad. En esta alianza tanto la organización como los proveedores serán mutuamente beneficiados.

B. ATENCIÓN AL CLIENTE

DEFINICIONES DE ATENCIÓN A CLIENTE

Es el que brinda una empresa para interactuar con sus clientes, es un conjunto de gestiones relacionadas con el servicio que ofrece, con el fin de que el comprador obtenga el beneficio de sus productos o servicios en el momento o lugar adecuado al momento que realizan las compras, y se certifique la calidad de un uso considerado.

Según Estrada (2007), define que los clientes constituyen un elemento vital, es por ello que los empresarios deben iniciar un proceso de mejorar el servicio de atención al cliente que ofrecen a sus clientes, la calidad en el servicio de atención al cliente es la verdadera ventaja para que una empresa sé competitiva en el mercado, el cliente o usuario es la razón de ser una empresa, se trata de algo muy simple pero real, sin clientes no hay empresa, el cliente es algo serio, de mucha importancia, a quien debemos admirar y respetar para lograr ganarnos la confianza y fidelidad y por ende será notable en nuestras ventas día a día.

Comentario: Para el buen funcionamiento de la empresa la característica fundamental es el Atención al cliente, mientras más clientes atiendan y estén satisfechos con los servicios o bienes que compran en la organización más competitiva será en el entorno empresarial a cambio de otras.

Que según Paz, (2007), refiere que una herramienta principal del marketing es el servicio de atención al cliente, que no solo nos sirve para atraer más cliente si no de que los errores de atenciones que se brindan sean mínimos y por ende se pierda menos número de clientes potenciales, además nos sirve también para una mejor continua de la organización.

Comentario: La atención al cliente se refiere a personas, no a cosas, a quien debemos conocer para poder seguir satisfaciendo en todas sus necesidades que requieran, ya que de una mejor perspectiva vemos al cliente como la fuente principal que proporciona los ingresos de una empresa, una vez logrado esto, la empresa obtendrá una mejor ventaja competitiva.

Según Pérez (2007), quien cita a Blanco (2001), define qué la atención al consumidor es lo que brinda toda organización con el fin que esta genere una mayor rentabilidad para ellos, este tipo de atención están orientadas a todo mercado objetivo, así mismo están encaminadas a conocer las escaseces de todos los tipos de clientes al momento que éstos realizan una compra, logrando satisfacerlos y cubriendo sus expectativas (p. 2).

TIPOS DE CLIENTES

Comentario: Para una empresa es importante conocer o hablar sobre los tipos de clientes que existen en el ámbito empresarial, a los cuales la empresa tendrá que atender y/o satisfacer ya sea en necesidades, productos o servicios.

Según Pérez (2007), argumenta que todos los tipos clientes tienen necesidades y expectativas diferentes, por ello es fundamental que los mercadólogos deben conocer a fondo que tipos de cliente encontramos dentro de nuestro entorno para así poder clasificarlas de una forma que sea la más adecuada.

Cabe Resaltar que haya Compradores, Clientes Frecuentes Y Clientes

Fidelizados

Los “**compradores**”, acostumbran a adquirir uno o dos de los productos o servicios , peros este tipo de clientes no tienen el hábito de comprar en forma frecuente , tampoco recurren a las empresa en busca de otro de tipo de servicios ,habrá que decir también que no están identificados con la organización.

Este tipo de clientes llamados “**Frecuentes**”, utilizan los productos y servicios muy frecuentemente, así mismo si la empresa comete algún error en la atención para ellos, pues están dispuestos a darles oportunidades siempre y cuando los problemas sean resueltos de manera muy correcta.

Los “**clientes fidelizados**” componen el nivel más alto en la relación de mercados, no solo porque asisten a la empresa para comprar un producto o servicio , si no estos se sienten identificados con la organización, hablan muy bien de ella, recomiendan nuevos clientes, dan a conocer una buena imagen de la empresa.

Así Mismo Tenemos Los Clientes Externos e Internos:

Los clientes **Externos** son todas las personas que compran los bienes o servicios que la empresa ofrece, son individuos desconocidos que compran o sostienen las operaciones día a día, gracias estos clientes cabe indicar que gracias a ellos las organizaciones se hacen más competitivas dentro del mercado nacional e internacional.

Se pueden medir utilizando los siguientes criterios.

- Colaboradores: Trato, cortesía, celeridad, responsabilidad.
- Bienes o servicios: Calidad, variedad, cantidad, precio, tamaño.

- Empresa: Imagen, higiene, disposición, estado técnico, comodidad.

Los clientes **Internos** son todos aquellos colaboradores que estos trabajan en diferentes áreas de la organización y que trabajan día a día en la producción de los productos o servicios, esto refiere que cada unidad o departamento de la empresa cumplen distintas funciones para lograr sus objetivos de llevar productos al mercado.

Para medir el nivel de satisfacción de los “clientes internos”, se pueden emplear los siguientes indicadores:

- La motivación.
- El trabajo en equipo.
- La capacitación.
- Las condiciones de trabajo.

CLASIFICACIÓN DE CLIENTES

- El usuario final es aquel que usara el artículo o prestación de servicio, y lo que se espera es que este cliente este satisfecho.
- El usuario intermedio es aquel que trabaja como distribuidor de los productos o servicios que la empresa comercializa, y lo hace posible llegar al consumidor final.
- El usuario potencial es el cliente que muestra un interés en particular por los productos o servicios que la organización ofrece, pero que aun no se ha decidido en adquirir o utilizar ninguno de ellos, pero este tipo de clientes lo vemos como futuros clientes.

C. MYPES (Las Micro y Pequeñas Empresas)

Concepto

Actualmente, las Micro y pequeñas empresas (mypes) es de suma importancia, no solo por que es un generador de empleos, sino tambien considerando su participacion en el desarrollo socioeconómico, en las zonas donde residen éstas. Esta confirmado que estos pequeños negocios estan considerados como la fuerza impulsadora de trabajos y asi mismo ayuda a la disminucion de la pobreza de la población en los paises como sudamerica y que estan en desarrollo.

En terminos monetarios cuando una empresa crece , genera mas empleo porque demnta de mas de mano de obra, por otra parten se incrementan sus ventas y gracias a esto logra mayores beneficios lo cual contribuye al pais donde brinda sus servicios o productos.

Comprende a cualquier forma asociativa o societaria prevista en la Ley, incluidas las cooperativas y otras formas autogestionarias. Tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. La Ley excluya a las MYPE que desarrollan al rubro de bares, discotecas, juegos de azar y afines, y por definición a las asociaciones, fundaciones y comité.

Las MYPES tienen que enfocarse en las siguientes características.

Microempresa: pueden tener de uno (1) hasta diez (10) colaboradores, inclusive que sus ventas periódicas no superen el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña Empresa: pueden contar desde uno (1) hasta cien (100) colaboradores, inclusive y ventas que sus ventas periódicas no puedan superar un monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

El incremento de la estimación máxima de ventas periódicas como se requiere para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos (2) años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período.

Las entidades de estado y las de carácter privado promoverán la uniformidad de los parámetros de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector tanto privado como público.

Naturaleza y permanencia en el Régimen Laboral Especial

El presente Régimen Laboral Especial es de naturaleza permanente.

La empresa cuyo nivel de ventas o el número de trabajadores promedio de dos (2) años consecutivos supere el nivel de ventas o el número de trabajadores límites establecidos en la presente Ley para clasificar a una empresa como Micro o Pequeña Empresa, podrá conservar por un (1) año calendario el Régimen Laboral Especial correspondiente. Luego de este período, la empresa pasará definitivamente al Régimen Laboral que le corresponda.”

Seguro Social en Salud

Los colaboradores de las pequeñas empresas serán afiliados semi- contributivo de salud, el Aseguramiento en Salud y Sistema de Pensiones Sociales de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. Ello se aplica, asimismo, para los conductores de la Microempresa.

Los colaboradores de las empresas deben ser asegurados ante el EsSalud y el empleador dará como aportación una tasa correspondiente de acuerdo al artículo 6 de la ley correspondiente de seguridad social en salud.

Remuneración:

Los colaboradores de las microempresas comprendidos y respaldados en la presente Ley tienen el respaldo y el derecho a percibir y/o recibir por lo menos la Remuneración Mínima Vital (RMV).

Con acuerdo del Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo fue establecido, mediante Decreto Supremo, una remuneración mensual menor."

BASES CONCEPTUALES

Gestión de Calidad: Es parte fundamental para las empresas que puedan gestionar todos sus proyectos a futuro, para así poder mejorar sus parámetros de atención al cliente.

Atención al cliente: es el servicio y/o atención que brindan las empresas hacia sus clientes de una manera eficaz para poder hacer llegar sus productos o servicios de manera eficaz, también para poder atención algunos reclamos, sugerencias o plantear inquietudes o solicitar alguna información por parte del cliente.

Mypes: son micro empresas que cuentan con 10 colaboradores y que sus ventas anuales no pueden superar a 150 uit, además que generan empleos a y ayudan a la disminución de pobreza en sectores socioeconómicos.

III. HIPÓTESIS

Para la presente investigación no es necesario proponer hipótesis por ser una investigación descriptiva simple y cuantitativa. Que Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014), quienes refieren que “no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. En primer lugar para plantear o no hipótesis, dependerá de un factor muy esencial: la importancia del estudio. Las que formulen hipótesis serán la que tiene el tipo de investigación explicativo o correlacional, o las que simplemente describen, pero no se basan en pronosticar un hecho o una cifra. (P. p. 104).

Por lo que en la presente investigación de Gestión de Calidad y Atención al Cliente en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicios rubro restaurantes de comida criolla en el Distrito de Florencia de Mora, 2019, no se Planteará Hipótesis por ser una investigación de tipo cuantitativa a nivel descriptivo.

IV. METODOLOGIA

4.1. El Tipo De Investigación

Aplicada Cuantitativo, porque para la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizara procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.2. Nivel De La Investigación De La Tesis

El nivel de estudio será Descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio.

4.3. Diseño De La Investigación

El diseño que se utilizara en esta investigación: No experimental –Transversal.

Descriptivo: Porque se recolectaran los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado.

M----- O

Dónde:

“M” = Muestra conformada por las MYPES encuestadas.

“O” = Observación de las variables: Gestión de calidad y Atención al cliente.

No experimental:

Es “No Experimental” porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se observara el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

4.4. En Universo Y Muestra

Población

Según la Municipalidad Distrital de Florencia de Mora (2019), Está población está constituida por **17** micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de comida criolla, distrito de Florencia de Mora, Año 2019.

Muestra

Hernández, Fernández, & Baptista (2014), “si la población es menor de 40 empresas, la población es igual a su muestra”. Se tomó una muestra de 17 restaurant que representa entre el 20% - 40% de la población, la misma que es

sustentada por técnicos en el campo de la investigación concerniente a la metodología.

4.5. Definición Y Operacionalización De Variables

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los Representantes antes llegar de las Mypes	Persona natural y/o jurídica que representa y/o asume responsabilidades de una empresa.	Edad del representante legal de la empresa	a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 a más años	Razón
		Genero	a) Femenino b) Masculino	Nominal
		Grado de Instrucción del representante	a) Superior no Universitario b) Superior Universitario	Ordinal
		Cargo que desempeña en la empresa	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		Tiempo de desempeño en el cargo	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Razón
Características de las micro y pequeñas empresas	Microempresa: Pueden tener de uno (1) hasta diez (10) colaboradores, ventas máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Nominal
		Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 109 trabajadores c) 11 a más trabajadores	Razón
	Pequeña Empresa: pueden contar desde uno (1) hasta cien (100) colaboradores, inclusive y ventas que sus ventas periódicas no puedan superar un monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).	Vínculo de los trabajadores	a) Familiares b) Personas no Familiares	Nominal
		Objetivo de la creación de su empresa	a) Generar Ganancias b) Subsistencia	Nominal

Gestión de Calidad	Según Heras et al. (2008), “argumenta que la gestión está compuesto de decisiones que se toman en las microempresas con el objetivo de ser más eficientes para brindar productos de calidad y servicios. Con la finalidad de seguir satisfaciendo a la comunidad”(p.15).	Conocimiento sobre Gestión de Calidad	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Técnicas de gestión de calidad	a) Benchmarking b) Atención al cliente c) Empowerment d) La 5 s e) Outsourcing f) Otros	Nominal
		Dificultades de los colaboradores para la implementación de gestión de calidad	a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto e) Otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) Otros	Nominal
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Si b) No	Nominal
		La Gestión de calidad para alcanzar los objetivos de la empresa	a) Si b) No c) A veces	Nominal
Atención al cliente	Que según Paz, (2007), refiere que una herramienta principal del marketing es el servicio de atención al cliente, que no solo nos sirve para atraer más cliente si no de que los	Conocimiento sobre atención al cliente	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Gestión de calidad en la atención al cliente	a) Si b) No c) A veces	Nominal
		Atención al cliente es fundamental para su fidelización	a) Si b) No	Nominal
		Herramientas para brindar un servicio de calidad	a) Comunicación b) Confianza c) Retroalimentación d) Ninguno	Nominal

errores de atenciones que se brindan sean mínimos y por ende se pierda menos número de clientes potenciales, además nos sirve también para una mejor continua de la organización.			
	Criterios para brindar un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> a) Atención personalizada b) Rapidez en la entrega de los productos c) Las instalaciones d) Ninguna 	Nominal
	Atención que brinda al cliente	<ul style="list-style-type: none"> a) Buena b) Regular c) Malo 	Nominal
	Resultados de una buena atención	<ul style="list-style-type: none"> a) Clientes satisfechos b) Fidelización de los clientes c) Posicionamiento de la empresa d) Incremento en las ventas. 	Nominal

4.6. Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos

Para el procedimiento de la investigación y recolección de datos se utilizará lo siguiente.

Técnica: Se utilizara la técnica de la encuesta.

Instrumento: Se utilizara 1 cuestionario para el empresario y/o representante legan de los restaurantes.

4.7. Plan De Análisis

Una vez recopilados los datos, se tabulan y grafican ordenando los datos de acuerdo a cada variable. Luego se realiza el análisis y la interpretación empleando los programas Excel y Word 2013. La Investigación se realizara con la finalidad de determinar las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.en el cual se aplicará un cuestionario de 22 preguntas dividido en 3 enunciados a cada uno de los 17 representantes o dueños de las Mypes, la relación que fue brindada por la Municipalidad Distrital de Florencia de Mora.

4.8. Matriz De Consistencia

Título: Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente Como Factor Relevante En La Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurante De Comida Criolla Del Distrito Florencia De Mora, Trujillo,2019				
Problema De La Investigación	VARIABLES	Objetivos de la Investigación General	Metodología	Técnicas e Instrumento
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en	Gestión de Calidad	Objetivo General	Tipo de investigación	<p>Técnica: La Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
		Determinar las características de la Gestión de calidad y la atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.	Aplicada Cuantitativo , porque para la recolección de datos y la presentación de los resultados se utilizara procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.	
		Objetivos Específicos	Diseño	

<p>el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019?</p>	<p>Atención al cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019. • Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019. • Determinar las características de gestión de calidad y atención como factor relevante de las micro y pequeñas empresas, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019. • Elaborar un plan de mejora en función de los resultados de la investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es “No Experimental” porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se observara el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto. • Descriptivo: Porque se recolectaran los datos en un solo momento y en un tiempo único, el propósito fue describir las variables y analizar su incidencia en su contexto dado. 	
---	-----------------------------------	--	---	--

4.9. Principios Éticos

Se plantea los principios establecidos en el Código de Ética de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote (ULADECH)

Protección de las Personas: La investigación se realizó con los principios de protección de las personas, porque vamos a ejecutarla con respeto, amabilidad con las personas ya sean representantes o colaboradores y también mantendremos mucha discreción al realizar las encuestas ya que de esta manera protegemos y ayudamos a los dueños de las MYPE para que mejoren y a los colaboradores para que los capaciten y tengan mejor talento humano.

Asimismo, el principio de Integridad Científica ya que esta investigación será a base de enseñanza porque de cada pregunta va a ser explicada para que las personas entiendan y contesten con toda la sinceridad posible.

Otro principio de consentimiento informado y expreso, se empleará aquí en la investigación contaremos con información de la Municipalidad Distrital de Florencia de Mora, Trujillo para saber cuántas Mypes existen en el Distrito y también se pidió el debido consentimiento para realizar las encuestas a los dueños o representantes y colaboradores de los restaurantes de tan manera nos regalen minutos de su valioso tiempo.

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 en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019

1. Edad del Representante Legal

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
18- 30 AÑOS	5	29%
31- 50 AÑOS	9	53%
51 a más	3	18%
TOTAL	17	100%

2. Género

Descripción	Frecuencia	%
Femenino	11	65%
Masculino	8	47%
TOTAL	17	100%

3. Grado de Instrucción

Descripción	Frecuencia	%
Sin Instrucción	0	0%
Educación Básica	2	12%
Superior No Universitaria	4	24%
Superior Universitaria	11	65%
TOTAL	17	100%

4. Cargo que Desempeña

Descripción	Frecuencia	%
Dueño	12	71%
Administrador	5	29%
TOTAL	17	100%

5. Tiempo que Desempeña en el Cargo

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
0 a 3 Años	4	24%
4 a 6 años	8	47%
7 a más	5	29%
TOTAL	17	100%

Tabla 2: Características de las Mypes del sector servicio - rubro restaurante Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.

6. Tiempo de permanencia de la MYPE en el Rubro

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
0 a 3 Años	5	29%
4 a 6 Años	8	47%
7 a más Años	4	24%
TOTAL	17	100%

7. Número de Trabajadores

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
1 a 5 trabajadores	4	24%
6 a 10 trabajadores	9	53%
11 a más trabajadores	4	24%
TOTAL	17	100%

8. Las personas que trabajan en la MYPE son:

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Familiares	5	29%
Personas no Familiares	12	71%
TOTAL	17	100%

9. Objetivo de la MYPE

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Generar Ganancia	17	100%
Subsistencia	0	0%
TOTAL	17	100%

Tabla 3: Características de la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas del sector servicios, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Si	15	88%
No	0	0%
Tengo Cierto Conocimiento	2	12%
TOTAL	17	100%

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

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Benchmarking	0	0%
Atención al cliente	11	65%
Empowerment	0	0%
La 5 s	3	18%
Outsourcing	0	0%
Otros	3	18%
TOTAL	17	100%

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

Descripción	Frecuencia	%
Poca iniciativa	7	41%
Aprendizaje lento	2	12%
No se adapta a los cambios	8	47%
Desconocimiento del puesto	0	0%
Otros	0	0%
TOTAL	17	100%

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

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
La observación	5	29%
La evaluación	9	53%
Escala de puntuaciones	2	12%
Evaluación de 360°	1	6%
Otros	0	0%
TOTAL	17	100%

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

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Si	17	100%
No	0	0%
TOTAL	17	100%

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

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Si	15	88%
No	0	0%
A Veces	2	12%
TOTAL	17	100%

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	12	71%
No	0	0%
Tengo cierto conocimiento	5	29%
TOTAL	17	100%

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

Descripción	Frecuencia	%
Si	15	88%
No	0	0%
A veces	2	12%
TOTAL	17	100%

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

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Si	17	100%
No	0	0%
TOTAL	17	100%

19. ¿Herramientas que utiliza para un servicio de calidad?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Comunicación	15	88%
Confianza	2	12%
Retroalimentación	0	0%
Ninguno	0	0%
TOTAL	17	100%

20. Principales factores que aplica para la calidad al servicio que brinda.

DESCRIPCION	FRECUENCIA	%
Atención personalizada	4	24%
Rapidez en la entrega de los productos	11	65%
Las instalaciones	2	12%
Ninguna	0	0%
TOTAL	17	100%

21. La atención que brinda a los clientes es:

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Buena	15	88%
Regular	2	12%
Malo	0	0%
TOTAL	17	100%

22. ¿Qué resultados o ventajas ha logrado brindando una buena atención al cliente?

Descripción	Frecuencia	%
Clientes satisfechos	7	41%
Fidelización de los clientes	2	12%
Posicionamiento de la empresa	1	6%
Incremento en las ventas.	7	41%
TOTAL	17	100%

5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1: Respecto a las características de los Representantes de las Mypes

EDAD:

- El 53% de los representantes tiene entre 31 – 50 años de edad. Esto concuerda con Ríos S (2019) quien manifiesta que el 56,25% de los representantes tiene una edad entre 31 – 50 años. Esto coincide ligeramente con Villacorta A (2018) quien indica que el 55% los representantes tiene entre 31 – 50 años. También coincide con Albildo D (2018) quien indica que un 66,67% de los representantes tiene la edad entre 31 – 50 años.

GENERO:

- El 65% de los Representantes de las Mypes son de Género Femenino, esto difiere con Rios S (2019) quien obtuvo unos resultados de 56,25% de los representantes son de género femenino. Por lo tanto se concluye que el mayor número de representantes son de género femenino.

GRADO DE INSTRUCCIÓN:

- El 65% de los representantes tiene grado de educación superior universitario, esto concuerda con Villacorta A (2018) quien manifiesta que el 55% de los representantes tiene grado superior universitario. Se concluye que la mayoría de los representantes tiene un grado superior universitario, en pocas palabras son profesionales.

Cargo que Desempeña:

- El 71% de los representantes son Dueños de las Mypes, esto refiere Bueno M (2016) porque manifiesta que el 75% de los representantes son dueños. Se confirma que la gran mayoría son profesionales, por contar con los conocimientos y la experiencia adquiridos en el mercado que le permiten manejar la empresa.

Tiempo que Desempeña en el Cargo:

- El 47% de los representantes de las Mypes encuestados tienen entre 4 y 6 años, esto se puede comprobar con Yzaguirre V (2018) quien concluye que el 66,67% de los encuestados se desempeñan en el cargo de las Mypes entre 4 a 6 años de desempeño en el cargo. Se concluye que el representante desempeña su cargo entre 4 y 6 años de actividad de la empresa.

Tabla 2: características de las Mypes del sector servicios rubro restaurante.

Tiempo de permanencia de la MYPE en el Rubro:

- El 47% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que la permanencia de la empresa en el mercado es de 4 a 6 años, Esto coincide ligeramente con Rios S (2019) quien concluye que el 43,75% de las Mypes tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Se concluye que las Mypes del rubro de restaurante tienen más de 4 años de permanencia en el mercado.

Número de Trabajadores:

- El 53% de los empresarios de las Mypes encuestadas tienen de 6 a 10 trabajadores. Esto coincide con Albildo D (2018) quien concluye que el 75% de las Mypes tienen de 6 a 10 trabajadores. La mayoría de los representantes de las Mypes cuentan con un promedio entre 6 a 10 trabajadores.

Las personas que trabajan en la MYPE son:

- El 71% de los representantes de las Mypes encuestadas nos dicen que las personas que trabajan son personas no familiares. Esto se puede diferir con Rios S (2019) que nos dice que un 56,25% de trabajadores no son familiares. Se concluye que prefieren dar oportunidad a terceros a que sus familiares por lo tanto las personas que trabajan en la empresa son personas no familiares (terceros).

Objetivo de la MYPE:

- El 100% de los representantes encuestados manifiestan que el motivo de las mypes es para generar ganancias, esto se concuerda con Figueroa R (2016) quien concluye que un 87,5% es para generar un ingreso económico. Concluyendo que esta es una característica de las Mypes, y los emprendedores el crear pequeños negocios para

generar algún ingreso económicos, quienes en su mayoría se dedican posteriormente solo a esta actividad.

Tabla 3: Respecto a las características de la gestión de calidad y atención al cliente

Conoce el término Gestión de Calidad:

- El 88% de los representantes de las Mypes tiene conocimiento del término gestión de calidad, esto difiere ligeramente con Figueroa R (2016) quien indica que el 62,5% de las Mypes encuestadas Conocen el Término Gestión de Calidad. Así mismo coincide con Ríos S (2019) quien indica que el 100% si conoce sobre gestión de calidad. También nos indica Villacorta A (2018) que 45% si conoce sobre gestión de calidad, así mismo el 45% tiene cierto conocimiento sobre gestión de calidad. Por otro parte también coincide con Albildo D (2018) quien indica que el 58,33% tiene cierto conocimiento del término gestión de calidad. Concluyendo que esto puede ser originado por la poca preparación de los encargados y actividad que realizan lo aprendieron de manera empírica y que aprendieron en el transcurso de su vida. Confundiendo muchas veces el termino de gestión de calidad, con solo atención al cliente o dar un buen producto.

Conocimiento De Técnicas Modernas De La Gestión De Calidad:

- El 65% de los representantes utiliza Atención al cliente como técnica moderna de la gestión de calidad. Esto coincide con Bueno M (2016) quien señala que la técnica de gestión que utiliza es atención al cliente con un 62.5 %. Coincidiendo también con Figueroa R (2018) con un 62,5% técnica a utilizar es atención al cliente. Así como lo manifestó Brown (1992) quien resaltó que la atención al cliente, siempre

debe estar presente en toda organización. Concluyendo que los representantes ponen mucho énfasis en atender bien sus clientes

Dificultad de los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad:

- El 47% de los encuestados de las Mypes nos manifiestan que las dificultades de los trabajadores no se adaptan a los cambios. Coincidiendo con Bueno M (2016) quien nos refiere que el 75% de No se adaptan a los cambios. Se concluye que el 47% confirman que los trabajadores tienen problemas en los cambios esto dificulta a que se implemente la gestión de calidad y muchas veces no se logra los objetivos de la organización.

Técnica para medir el rendimiento de los trabajadores:

- El 53% de los representantes de las Mypes manifiestan que para medir el rendimiento del personal lo hacen a través de la Evaluación. Esto coincide con Rios S (2019) quien nos refiere que el 100% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que para medir el rendimiento del personal lo hacen a través de la Evaluación. Se concluye que la mayoría de los representantes de las Mypes miden el rendimiento a través de la evaluación.

Gestión de la calidad en el rendimiento del negocio:

- El 100% de los representantes manifiestan que la Gestión de calidad contribuye al rendimiento de la organización, esto coincide con Villacorta A (2018) quien confirma que el 100% si aplica la gestión de calidad en la empresa para el mejoramiento del negocio. Se concluye que el 100% de los representantes encuestados si aplican la gestión de calidad y que le ayuda al mejoramiento de su negocio.

La gestión de calidad alcanza los objetivos y metas de la empresa:

- El 88% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad si permite que la empresa alcance sus objetivos y metas trazadas. Esto coincide con Fernández. (2006), quien argumenta que la calidad se mide a través de estándares o criterios en que un producto o servicio es visto de otra perspectiva por parte del cliente, ya sea éste interno o externo. Al cliente que siempre interviene con la empresa debemos asegurarnos que cumpla con todas sus expectativas. En conclusión la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos de las empresas.

Conocimiento del término atención al cliente:

- El 53% de los representantes de las Mypes si Conocen el Término Atención al Cliente, esto difiere con Albildo D (2018) quien indica que el 75% si conoce el término atención al cliente. También coincide con Yzaguirre V (2018) quien indica que el 91,67% si conoce el término atención al cliente. Así mismo también concuerda con Bueno M (2016) quien nos indica que el 62% si conoce sobre atención al cliente. Finalmente esto concuerda con Estrada (2007) quien define que los clientes constituyen un elemento vital, es por ello que los empresarios deben iniciar un proceso de mejorar el servicio de atención al cliente que ofrecen a sus clientes, la calidad en el servicio de atención al cliente es la verdadera ventaja para que una empresa sé competitiva en el mercado, el cliente o usuario es la razón de ser una empresa, se trata de algo muy simple pero real, sin clientes no hay empresa, el cliente es algo serio, de mucha importancia, a quien debemos admirar y respetar para lograr ganarnos la confianza y fidelidad y por ende será notable en nuestras ventas día a día. En conclusión la mayoría de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen lo que es el término atención al cliente.

Gestión de calidad en el servicio que brinda al cliente:

- El 88% de los representantes aplican Gestión de calidad en el servicio al cliente, esto coincide con Yzaguirre V (2018) quien difieren que el 91,67% del servicio que brinda al cliente si aplica gestión de Calidad. En conclusiones los representantes si aplican la gestión de calidad a los clientes.

Atención al cliente es fundamental para que regrese:

- El 100% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente que regrese. Esto se puede coincidir con Rios S (2019) quien nos indica con un 100% que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese con más frecuencia. En conclusión la atención al cliente si es fundamental en todas las organizaciones, porque esto ayudará a la empresa a que los clientes regresen o recomienden a futuros clientes.

Herramientas para un servicio de calidad:

- El 100% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación como como herramienta estratégica. De Acuerdo con Albildo D (2018) quien nos refiere que el 66,67% de los representantes utilizan como herramienta estratégica La Comunicación. En conclusión la mayoría de los representantes nos confirman que la mejor herramienta que utilizan para brindar un buen servicio es la comunicación.

Factor de la calidad al servicio que brinda:

- El 65% de los representantes de las Mypes mos manifiestan que el principal factor que utilizan en la calidad del servicio en atención al cliente es la Rápida entrega de los productos. Según Villacorta A (2018) se coincide con 55% el principal factor es

la Rápida entrega de los productos En conclusiones el factor principal que utilizan los representantes de las empresas en la atención al cliente es la rapidez en la entrega del producto.

Atención brinda a los clientes:

- El 88% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindando una Buena Atención al Cliente y esto que coincide con Figueroa R (2016) quien confirma que el 87,5% están en totalmente de acuerdo con la atención brindada En conclusiones la mayoría de los representantes de las Mypes brindan buena atención al cliente.

Resultados de una buena atención al cliente:

- El 41% de los representantes de las Mypes nos dicen que los clientes satisfechos, así mismo otros 41% nos responden que se han incrementado las ventas. Esto coincide con Albildo D (2018) quien manifiesta que el 41,67 de los representantes nos dicen que clientes satisfechos. En conclusión la mayoría de los representantes brindan una buena atención y logran que los clientes estén satisfechos.

PROPUESTA DE MEJORA

Nro	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA
1.	Hacer participar a los colaboradores continuamente en los cambios que se van hacer en la empresa.	Representante	2019
2.	Además, la elaboración de un mejor plan de aprendizaje para aquellos colaboradores que tienen dificultad en conocer los procedimientos de atención al cliente.	Representante	2019
3.	Seleccionar a un colaborador que tenga experiencia en gestión y atención al cliente y sobre todo que cumpla con el perfil del puesto.	Representante	2019
4.	Capacitación a los representantes de las Mypes en Temas de Administración y gestión de empresas.	Gobierno Regional	2019
5.	Motivación del personal por parte de la empresa.	Empresario	2019
6.	Utilizar la técnica administrativa del benchmarking, Esto ayudara a mejorar a realizar mejoras a través de la observación que hagas a otros restaurantes.	Profesional	2019
7.	Crear un valor agregado por parte del colaborador enfocados al cliente.	Colaborador	2019

VI. CONCLUSIONES

- Los representantes de las Mypes si conocen los términos gestión de calidad y atención al cliente.
- La Mayoría La mayoría (53%) tienen 31 a 50 años de edad. La mayoría (65%) es de género Femenino. La mayoría (65%) tienen grado de instrucción superior universitaria. La mayoría (71%) son dueños. La mayoría simple (54%) tienen en promedio de 4 -6 años.
- La mayoría simple de las Mypes (47%) permanecen en promedio de 4 – 6 años en el mercado. El 53% tiene entre 6 y 10 colaboradores. La mayoría (71%) de colaboradores son personas no familiares. En totalidad (100%) de las Mypes tiene el objetivo de generar ganancias.
- La mayoría (88%) conocen el término gestión de calidad. La totalidad (65%) conoce lo que es atención al cliente como técnica de gestión de calidad. La mayoría simple (47%) tienen dificultades de los trabajadores que no se adaptan a los cambios. La mayoría (53%) miden el rendimiento a través de la evaluación. La totalidad (100%) contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de una buena gestión de calidad. La totalidad (88%) de la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas de la empresa. La mayoría (71%) conocen el término de atención al cliente. La mayoría (88%) aplica la gestión de calidad en su servicio de atención al cliente. La totalidad (92%) la atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento. La mayoría (88%) utiliza como herramienta la comunicación. La mayoría (65%) tiene como factor la rapidez en la entrega del producto. El (88%) la atención que brinda es Buena. La mayoría simple (41%) de los clientes están satisfechos, así mismo la mayoría simple (41%) la ventaja que se logra es el incremento en sus ventas.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se proponen en el trabajo de investigación son las siguientes:

- Incrementar el número de colaboradores, ya que esto ayudara a mejorar su gestión y un buen servicio para el cliente.
- Plantear nuevas estrategias con el fin de captar potenciales clientes
- Se debe hacer un análisis FODA, lo cual esto ayudará a representar sus fortalezas, debilidades y amenazas, Y esto poder convertirlos en oportunidades.
- Dar oportunidad a jóvenes de 18 años en adelante que no cuenten con experiencia laboral y ellos puedan demostrar sus conocimientos, habilidades inculcados en la Universidad.
- Capacitarse tanto el empleador como los colaboradores sobre estrategias en gestión de calidad y atención al cliente, y esto les ayudara a mejorar sus procesos para una mejor toma de decisiones y una mejora continua.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albildo, C. (2018). *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Sector Servicio – Rubro Pollerías, En La Avenida Sánchez Carrión Distrito De El Porvenir, 2018. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10453/ATENCION_CLIENTE_ALBILDO_DOMINGUEZ_CRISTHIAN_JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y*
- Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Madrid: España. ES: Ediciones Díaz de Santos. P.p. 16-17.
- Bueno, M. (2016). *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro Restaurantes En La Urb. 21 De Abril, Chimbote, 2016. Recuperado De: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228/GESTION_DE_CALIDAD_EN_LA_ATENCION_AL_CLIENTE_BUENO_MARTINEZ_MICELI_PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y*
- Chang, J. (2014). *Atención Al Cliente En Los Servicios De La Municipalidad De Malacatán San Marcos. Recuperado de: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>*
- Estrada, W. (2007). *Servicio y atención al cliente*. Lima: Perú. Biblioteca Nacional del Perú. P.p. 9. Recuperado de: <http://pmsj-peru.org/wp-content/uploads/2011/12/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf>

Figueroa, C. (2016). *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas En El Sector Servicio Rubro, Restaurantes, Jr. Ladislao Espinar Cdra. 3, Ciudad De Chimbote, 2016.* Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8223/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_FIGUEROA_RODRIGUEZ_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernández, R. (2006). *Sistemas de gestión de la calidad, Ambiente y prevención de riesgos laborales. Su integración.* San Vicente: España. Editorial Club Universitario. P.p. 32-33. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=GdExsZZtD6UC&printsec=frontcover&dq=sistema%20de%20gestion%20de%20calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjul_vo3uvUAhUDbz4KHU4gCjQQ6AEIJjAB#v=onepage&q=sistema%20de%20gestion%20de%20calidad&f=false

Gonzales, R. (2014). *La Calidad y la Satisfacción del Cliente en la hotelería low cost, Segovia.* Tesis Para optar por el grado de Turismo. Recuperado de: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/6001/1/TFG-N.95.pdf>

Grupo Vértice. (2010). *Gestión de la calidad (ISO 9001/2008).* Málaga: España. Editorial: vértice. P.p. 19-20. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=9rwfrK9Sa9IC&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjWlqQ9dnUAhVH1oMKHfyMDVUQ6AEIITAA#v=onepage&q&f=false>

Yzaguirre, E. (2018). *Gestión De Calidad En La Atención Al Cliente En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio, Rubro Pollerías, En El Casco Urbano De La Ciudad De*

Chimbote, 2018. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VENTURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Heras, I., Arana, G., Camisón, C., Casadesús, M. & Martiarena, A. (2008). *Gestión de la calidad y competitividad de las empresas de la CAPV*. Instituto vasco de competitividad. P.p. 15.

Recuperado de: <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/orkestra/orkestra07.pdf>

Hernández, Fernández & Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. México. Mcgraw-hill. 6ta Edición. P.p. 104

News Center. (2014). *13 sorprendentes estadísticas de servicio al cliente*. Recuperado de:

https://news.microsoft.com/es-xl/13-sorprendentes-estadisticas-de-servicio-al-cliente/#sm.0000a5kovby41cycqu020l2q44b7_m#1 IReOT3ewePTRDqD.97

Muñoz Yzquierdo Conny Francheska (2016). Realizo una investigación sobre: “Plan de acción para la mejora de la calidad y visibilidad en el mercado, del restaurante Finca La Gloria, provincia del Guayas”. Tesis para optar el Título de Licenciada en 75 Turismo y Hotelería, en la Universidad Estatal de Guayaquil. GUAYAQUIL – ECUADOR. Recuperado de:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9768/1/Tesis%20Conny%20TERMINADA.pdf>

Paz, R. (2007). *Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias*. España: Vigo.

Ideaspropias Editorial. 1ra Edición. P.p. 2. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=0yCuHNwXIMIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false

- Pérez, V. (2007). *Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España: Vigo. Ideaspropias Editorial. 1º Edición. P.p 2-6. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true
- Ríos, M. (2019). *Gestión De Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Restaurantes Ubicados En El Mall Plaza Trujillo, Año 2019*. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11673/CALIDAD_CLIENTE_RIOS_SALAS_MARCOS_ANTONIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Romero, M. (2017). *El enfoque al cliente desde el punto de vista de los Sistemas de Gestión*. Recuperado de <http://www.globalstd.com/networks/blog/el-enfoque-al-cliente-desde-el-punto-de-vista-de-los-sistemas-de-gestion>
- Villacorta, H. (2018). *Gestión De La Calidad En Atención Al Cliente Y Plan De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio – Rubro Restaurante, Urbanización Los Jardines, Trujillo 2018*. Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXO 1

GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA DEL DISTRITO FLORENCIA DE MORA, TRUJILLO, 2019

Instrucciones:

Estimado(a) colaborador: Estamos trabajando en un estudio que servirá para elaborar una tesis de grado sobre GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE COMIDA CRIOLLA DEL DISTRITO FLORENCIA DE MORA, TRUJILLO, 2019

. Quisiéramos pedir de su apoyo para que nos conteste algunas preguntas que no lleven mucho tiempo. Sus respuestas serán absolutamente confidenciales y anónimas.

Le pedimos que conteste este cuestionario con la mayor sinceridad posible. No hay respuestas que se puedan considerar esencialmente correctas o incorrectas. Todo dependerá de su particular saber y entender.

Lea las siguientes instrucciones cuidadosamente, y responda a cada pregunta con toda veracidad, en caso de duda, consulte a su entrevistador.

De antemano, Gracias por su colaboración

Vargas Peláez, Marvin Junior



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA
PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTE DE COMIDA CRIOLLA DEL DISTRITO FLORENCIA
DE MORA, TRUJILLO, 2019**

Para obtener el título de Licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

1.2. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

6. Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en la MYPE son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de la MYPE

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

1.3. REFERENTE A LAS VARIABLES GESTIÓN DE CALIDAD Y A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS ATENCIÓN AL CLIENTE

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

- a) Si
- b) No
- c) A veces

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

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

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

- a) Si
- b) No
- c) A veces

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

- a) Si
- b) No

19. ¿Herramientas que utiliza para un servicio de calidad?

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

20. Principales factores que aplica para la calidad al servicio que brinda.

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

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

22. ¿Qué resultados o ventajas ha logrado brindando una buena atención al cliente?

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

ORD.	NOMBRES Y APELLIDOS	DIRECCION	N° FINCA	GIRO	N° LICENCIA	AÑO	PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO
46	ORBEGOSO DE DIAZ, MARIA TERESA	18 DE MAYO	1000	RESTAURANT	354	2003	
56	AGURTO QUEREVALU, FANNY JUDITH	18 DE MAYO	1506	RESTAURANT - CEVICHERIA	781	2010	
62	MALQUI AGREDA, ANGELA	26 DE MARZO	0	RESTAURANT	256	2006	
75	ZAYER VALLES, CARLOS	26 DE MARZO	332 - 367	RESTAURANT	445	2006	
91	REYES SAENZ, FELIPE	26 DE MARZO	577 - A	RESTAURANT	131	2012	APERTURA
98	DEZA CAVERO, SUSANA SANDRA	26 DE MARZO	878	RESTAURANT	038	2012	APERTURA
99	RODRIGUEZ MURGA, VILMA GLADYS	26 DE MARZO	885	RESTAURANT	663	2008	
100	RUIZ RODRIGUEZ, ROMY ROSALINE	26 DE MARZO	885	RESTAURANT	774	2010	
101	VILLACORTA RAZON, DIANA PAOLA	26 DE MARZO	892	RESTAURANT Y OTROS	463	2007	
118	LLAJARUNA PEREZ, SANTOS ELIZABETH	26 DE MARZO	1224	RESTAURANT	760	2010	
119	JARA TRUJILLO, LUIS ERASMO	26 DE MARZO	1246	RESTAURANT - PARRILLADA	573	2008	
	GARCIA URBANO, CLEMENCIA FELICITA	26 DE MARZO	1300	BAR - RESTAURANT	035	1998	
129	HUAMAN ROSAS, JANET UGANDA	26 DE MARZO	1362	RESTAURANT - CEVICHERIA	002	2011	
144	BACA REYES, SANTOS NICOLAS	26 DE MARZO	1725	RESTAURANT	460	2007	
149	MALQUI AGREDA, MARIA	26 DE MARZO	1811	RESTAURANT - POLLERIA	537	2007	
171	VILLANUEVA SANTIAGO, ROSA	08 DE SETIEMBRE	1037	RESTAURANT	032	2012	APERTURA
183	VILLANUEVA SAAVEDRA, MARIELA SULLY	08 DE SETIEMBRE	1876	RESTAURANT	710	2009	
196	ZVALETA RODRIGUEZ, YOLANDA	26 DE JULIO	848 - A	BODEGA - RESTAURANT	379	2004	
197	RODRIGUEZ ZVALETA, JOSE LUIS	26 DE JULIO	848	RESTAURANT - POLLERIA	017	2011	APERTURA
199	SAAVEDRA CALDERON, PEDRO	26 DE JULIO	863	RESTAURANT	491	2007	
204	SALVATIERRA MENDOZA, ERNESTO DAVID	26 DE JULIO	1063	RESTAURANT	725	2009	
208	CABRERA FERNANDEZ, FELICITA	26 DE JULIO	1278	BAR - RESTAURANT	215	2000	
209	CARRANZA CABRERA, BERTHA ANTONIA	26 DE JULIO	1278	RESTAURANT	025	2012	CAMBIO NOMBRE
212	PAREDES AGREDA, RICARDO	26 DE JULIO	1346	RESTAURANT	506	2007	
222	VALVERDE FLORES, MANUEL	24 DE ABRIL HORIZO	774	RESTAURANT - POLLERIA	076	2012	CANJE
228	MATIENZO MIRANDA, JUANA	24 DE ABRIL HORIZO	1091	RESTAURANT	401	2005	
236	ACEVEDO DE GALLARDO, DONICA CRUZ	24 DE ABRIL HORIZO	1611	RESTAURANT	034	2012	APERTURA
244	REYES LOYAGA, ROSA OLIVIA	29 DE AGOSTO	480	RESTAURANT	040	2012	APERTURA
275	GARCIA VIDAL, MARIA	20 DE JUNIO	905	BAR - RESTAURANT	307	2001	
276	RAFAEL CHACON, ERMIDA	20 DE JUNIO	921	RESTAURANT	044	2012	CAMBIO GIRO
279	LEIVA SANCHEZ, MARIA GUILLERMINA	20 DE JUNIO	999	RESTAURANT - POLLERIA	669	2009	
283	PESANTES DIONICIO, ESTHER	20 DE JUNIO	1589	RESTAURANT	498	2007	
364	MORO MEMBRILLO, JUAN NICOLAS	ALFONSO UGARTE	607	BAR - RESTAURANT	105	2012	APERTURA
	TIRADO BRICEÑO, TOMAS	ALFONSO UGARTE	1139	RESTAURANT Y EVENTOS SOCIAL	108	2012	APERTURA
386	MARQUINA SALVATIERRA, WILMER ORLANDO	ALFONSO UGARTE	2150	RESTAURANT	053	2012	APERTURA

399	TRUJILLO GARCIA, JOSE MARTIN	08 DE OCTUBRE	950	RESTAURANT - POLLERIA	642	2008	
405	DEZA CABANILLAS, JOSE MIGUEL	08 DE OCTUBRE	1349	RESTAURANT	003	2011	
412	FERNANDEZ RIOS, SANTIAGO	08 DE OCTUBRE	1850	RESTAURANT - POLLERIA	654	2009	
429	QUISPE SALDAÑA, JULIA YOLANDA	09 DE OCTUBRE	621	RESTAURANT	043	2012	APERTURA
434	GUZMAN MEDINA, ROSA EMILIA	09 DE OCTUBRE	884	RESTAURANT	035	2012	CANJE
437	TAMAYO VALDIVIEZA, ZAIDA JAQUELINE	09 DE OCTUBRE	959	RESTAURANT	753	2010	
438	BLAS ESPINOLA, LUZMILA ESTHER	09 DE OCTUBRE	1110	RESTAURANT	696	2009	
439	ALBURQUEQUE MEDINA, GLADYS JACKELINE	09 DE OCTUBRE	1123	RESTAURANT	132	2012	APERTURA
441	VARGAS GORMAZ DE FLOREANO, LILIA JESUS	09 DE OCTUBRE	1150	BAR - RESTAURANT	072	2012	APERTURA
448	HUAYAN CORTEGANA, ZOILA ANTONIETA	09 DE OCTUBRE	1715	RESTAURANT	697	2009	
499	PEREZ SANCHEZ, FLOR IRENE	HUSARES DE JUNIN	1435	BODEGA	247	2000	
500	PEREZ ROJAS, JULIANA	HUSARES DE JUNIN	1457	BODEGA	030	2005	
501	NARVAEZ ESPINOZA, JOSE ALEXANDER	HUSARES DE JUNIN	1488	BODEGA - BAZAR	062	2012	APERTURA
502	LLANOS MEDINA, CARMEN	HUSARES DE JUNIN	1886	BODEGA	470	2007	
503	BARRETO MARTELL, PEDRO PABLO	20 DE SETIEMBRE	Mz.01 Lt.10	CURTIEMBRE	283	2001	
504	RODRIGUEZ BRICEÑO, CELIA ALBERTA	20 DE SETIEMBRE	Mz.05 Lt.01	GRIFO	278	2001	
505	ROMAN RISCO, VICTOR TEOFILO	20 DE SETIEMBRE	Mz.05 Lt.05	PANADERIA	655	2008	
506	RODRIGUEZ BRICEÑO, GONZALO ELEUTERIO	20 DE SETIEMBRE	Mz.05 Lt.07 B.05	VENTA DE COMBUSTIBLE	683	2009	
507	PAREDES SALAS, LEYDA MARLENY	20 DE SETIEMBRE	213	BODEGA	138	2012	APERTURA
508	ESPEJO LUJAN, YRAIDA DELIZ	20 DE SETIEMBRE	227	ABARROTOS	711	2009	
509	RODRIGUEZ BRICEÑO, GONZALO ELEUTERIO	20 DE SETIEMBRE	300	BOTICA	025	2011	
510	PAREDES VACA, MADELEYNE YASMINA	20 DE SETIEMBRE	338	BODEGA - BAZAR	071	2012	APERTURA
511	SALVADOR PORTALATINO. CIPRIANA	20 DE SETIEMBRE	352	BODEGA	538	2008	
512	FERMIN VALERA, TEODORA	20 DE SETIEMBRE	444	BODEGA	502	2005	
513	ORBEGOSO JULCA, MARIA ISABEL	20 DE SETIEMBRE	449	PANADERIA	658	2008	
514	CHACON SAAVEDRA, DONATO	20 DE SETIEMBRE	608	PANADERIA	297	2001	
	GONZALES DE LA CRUZ, EDITH ISABEL	26 DE MARZO	557 - A	LIBRERÍA	794	2010	
516	ROMAN QUISPE, JULIA	20 DE SETIEMBRE	1015	BODEGA	555	2008	
517	VASQUEZ NARCISO, ANDREA	20 DE SETIEMBRE	1085	BODEGA	260	2000	
518	VASQUEZ NARCISO, ANDREA	20 DE SETIEMBRE	1085	BODEGA	330	2002	
519	VASQUEZ PIRGO, MARCELINO	20 DE SETIEMBRE	1086	BODEGA	440	2006	
520	TICLIA AGREDA, ANA	20 DE SETIEMBRE	1839	FARMACIA	428	2005	
	FLORES URTECHO, MARIA	22 DE FEBRERO	Mz.03 Lt.11 IND	RESTAURANT - BAR - BODEGA	471	2007	
	ROJAS HUAMAN, WILLIAM SIYANE	22 DE FEBRERO	435	BOTICA	785	2010	
521	PAREDES MIÑANO, MAGNER MANUEL	LEONCIO PRADO	Mz.02 Lt.02	CURTIEMBRE	047	2012	DUPLICADO
522		LEONCIO PRADO	Mz.02 Lt.02	CURTIEMBRE	776	2010	

ANEXO 3: Figuras

TABLA 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.

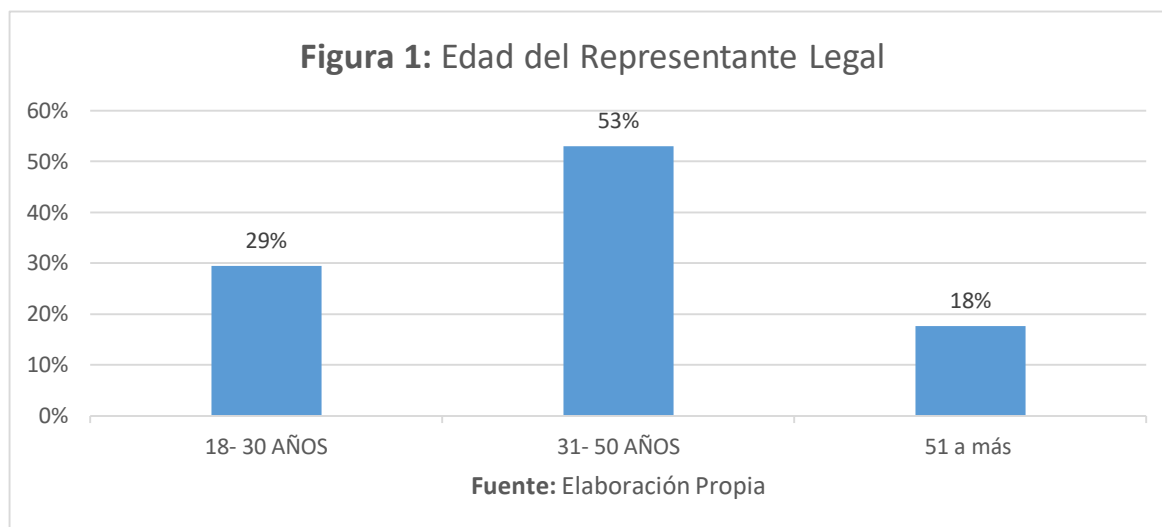


FIGURA 1: Edad del Representante Legal

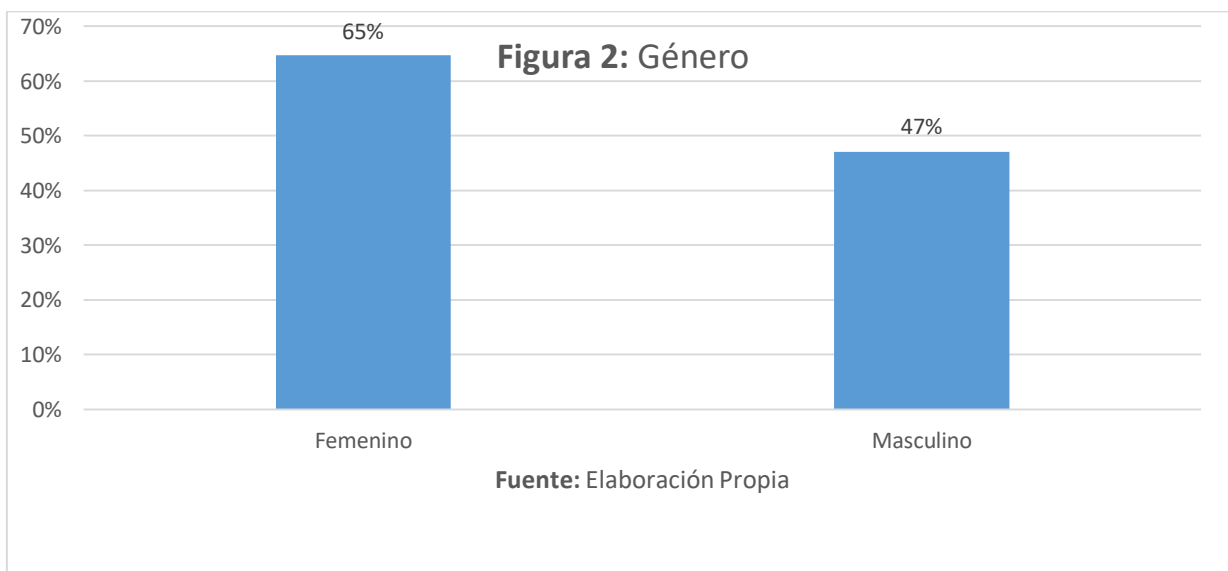


FIGURA 2: Género

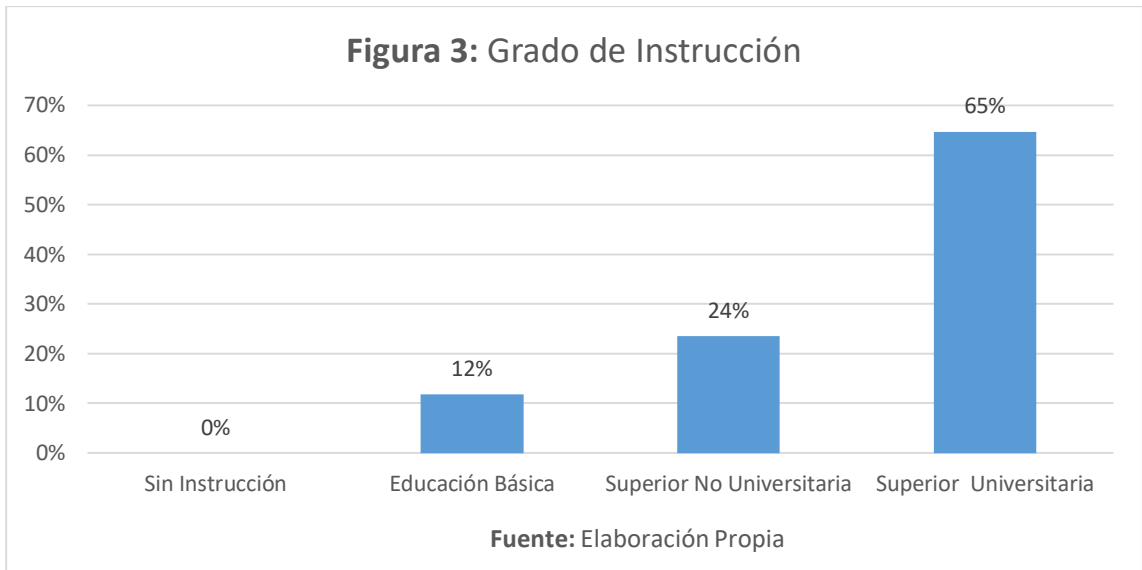


FIGURA 3: Grado de Instrucción

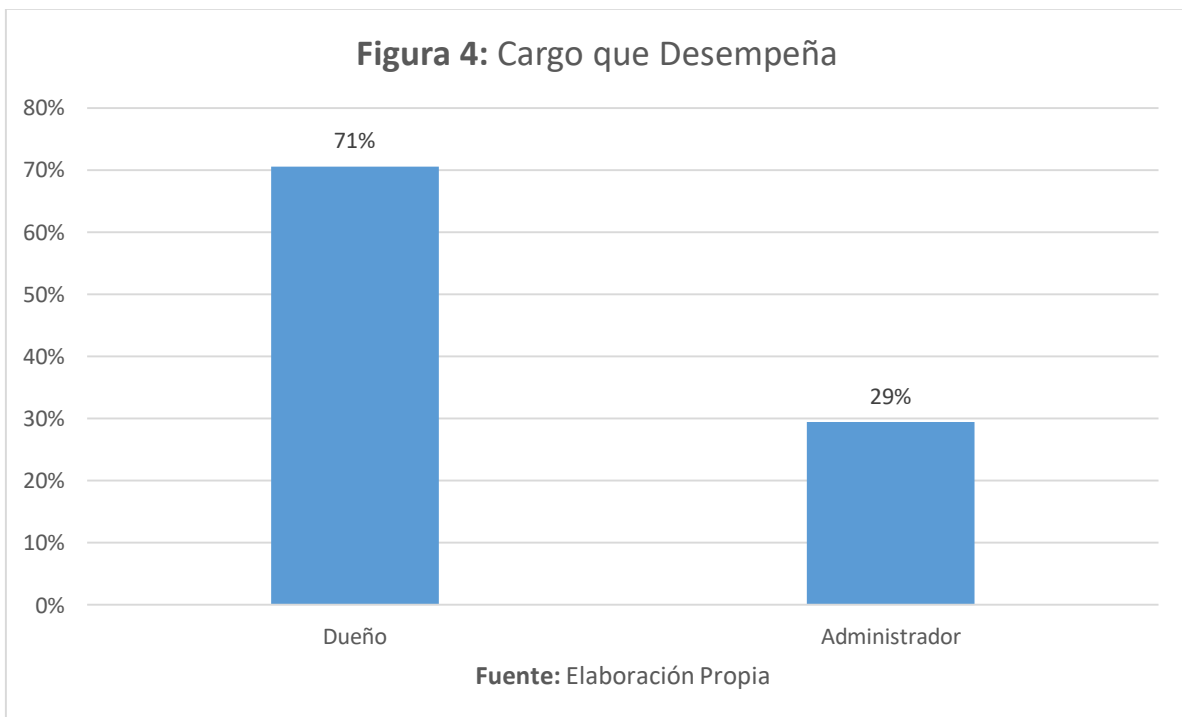


FIGURA 4: Cargo que Desempeña

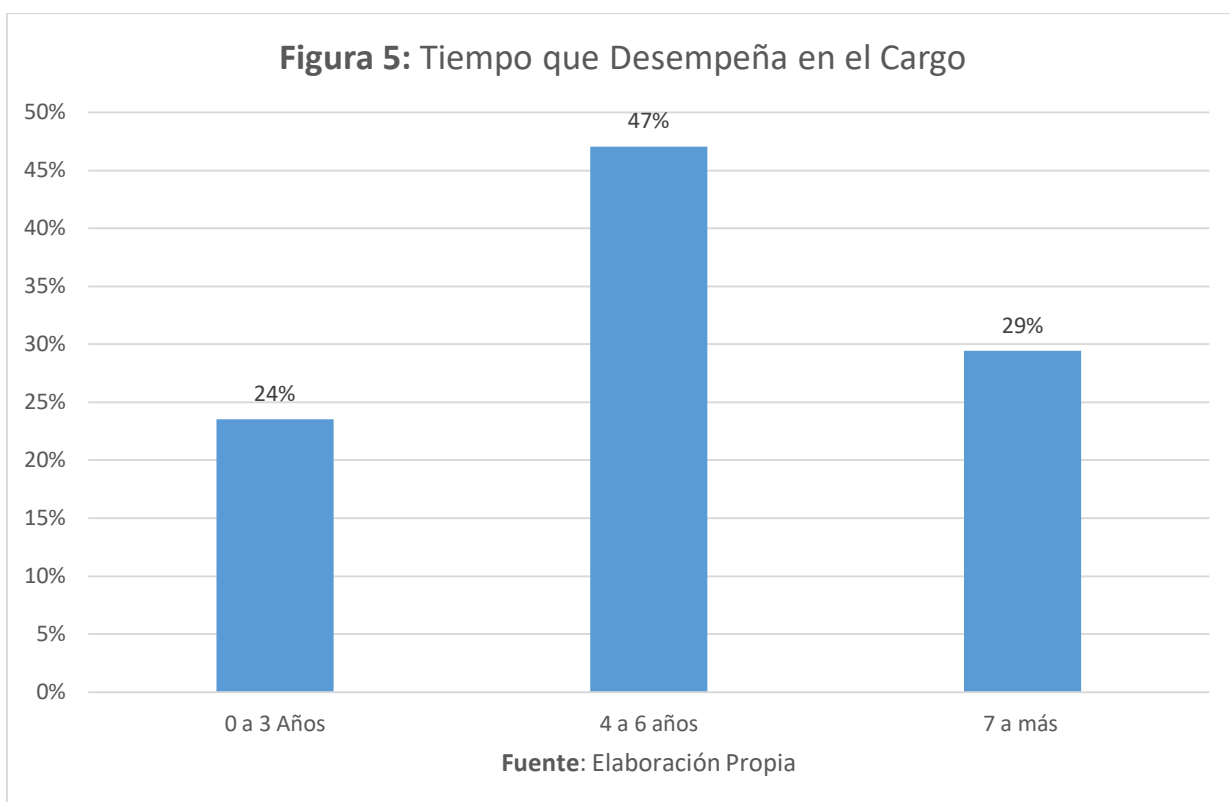


FIGURA 5: Tiempo que Desempeña en el Cargo

Tabla 2: Características de las Mypes del sector servicio - rubro restaurante Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.

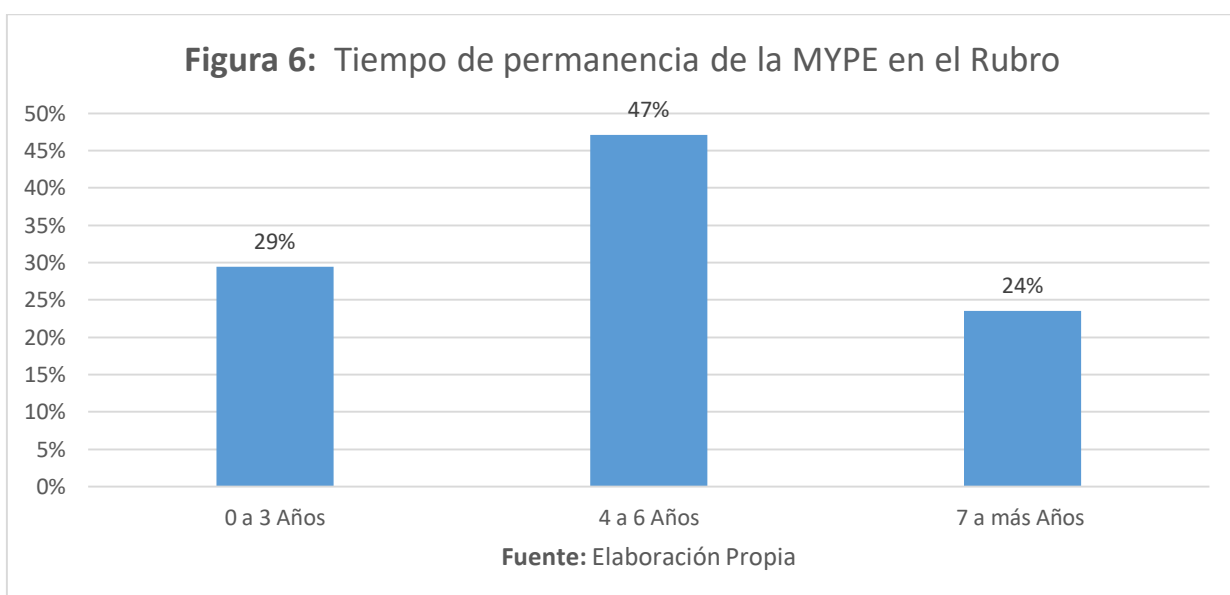


FIGURA 6: Tiempo de Permanencia de la MYPE en el Rubro

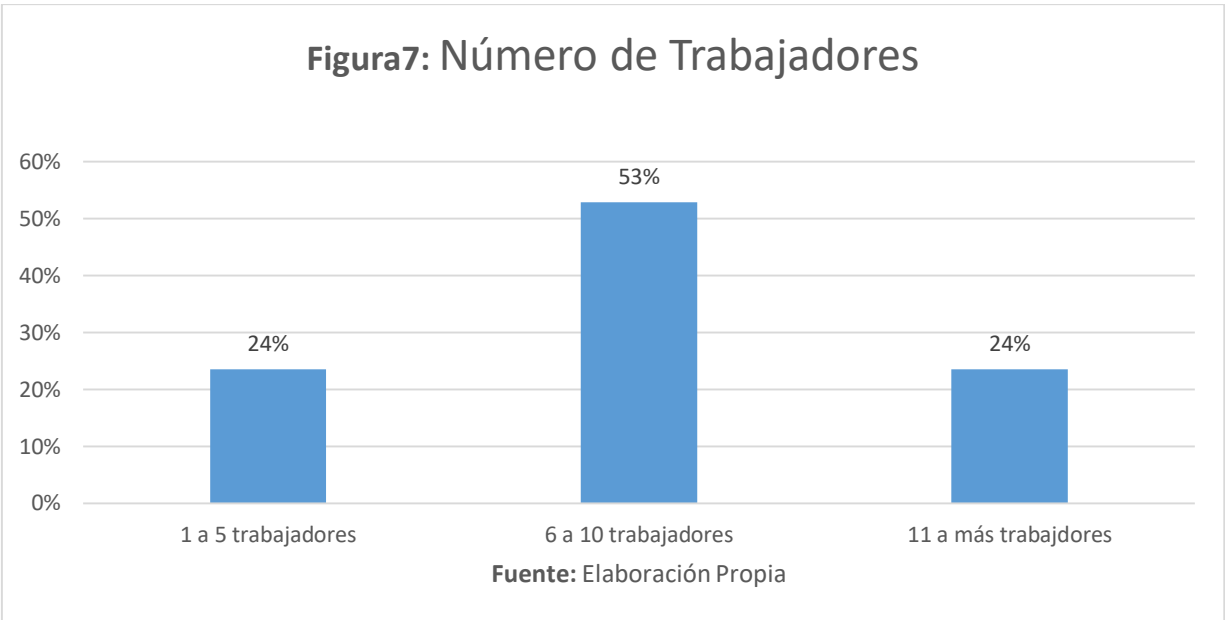


FIGURA 7: *Número de Trabajadores*

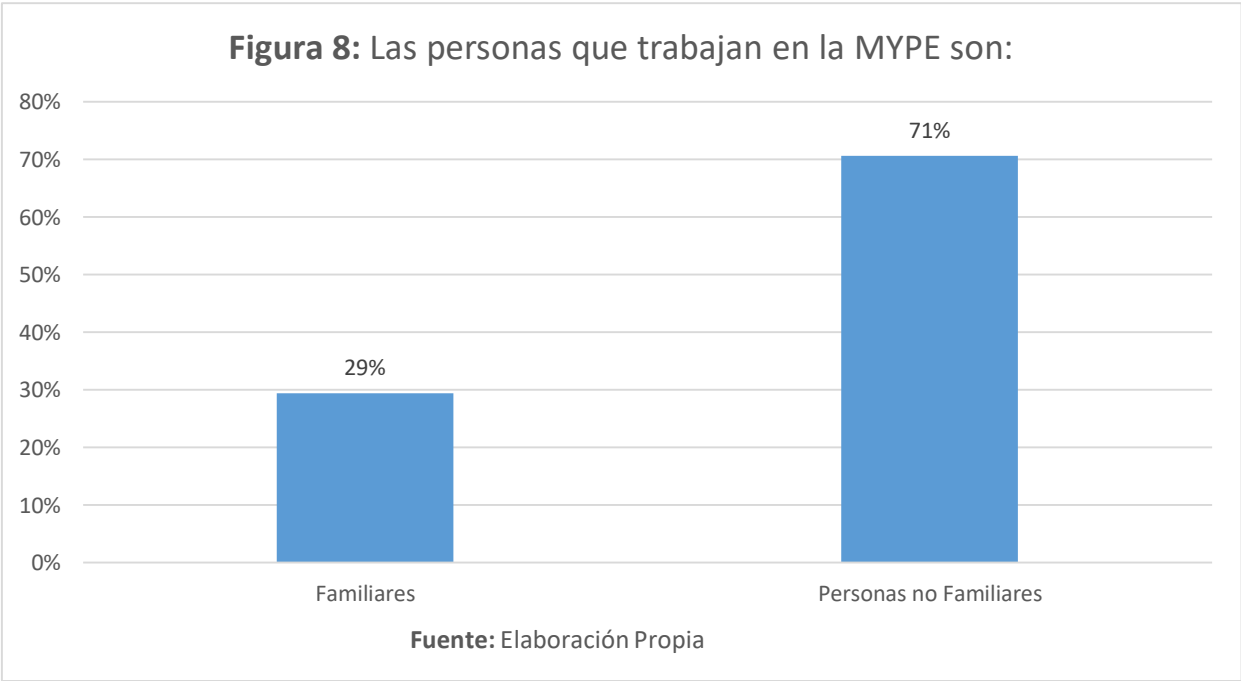


FIGURA 8: *Las Personas que Trabajan en la Mype son:*

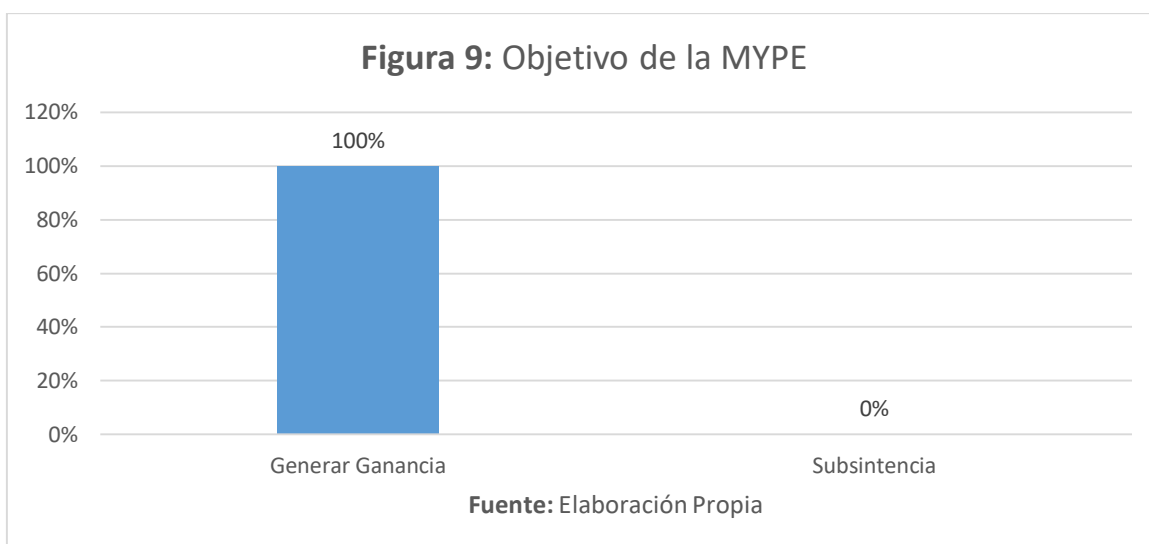


FIGURA 9: *Objetivo de la MYPE*

Tabla 4: Características de la gestión de calidad y atención al cliente de las micro y pequeñas del sector servicios, Rubro Restaurantes de Comida Criolla en el Distrito de Florencia de Mora, Trujillo año 2019.

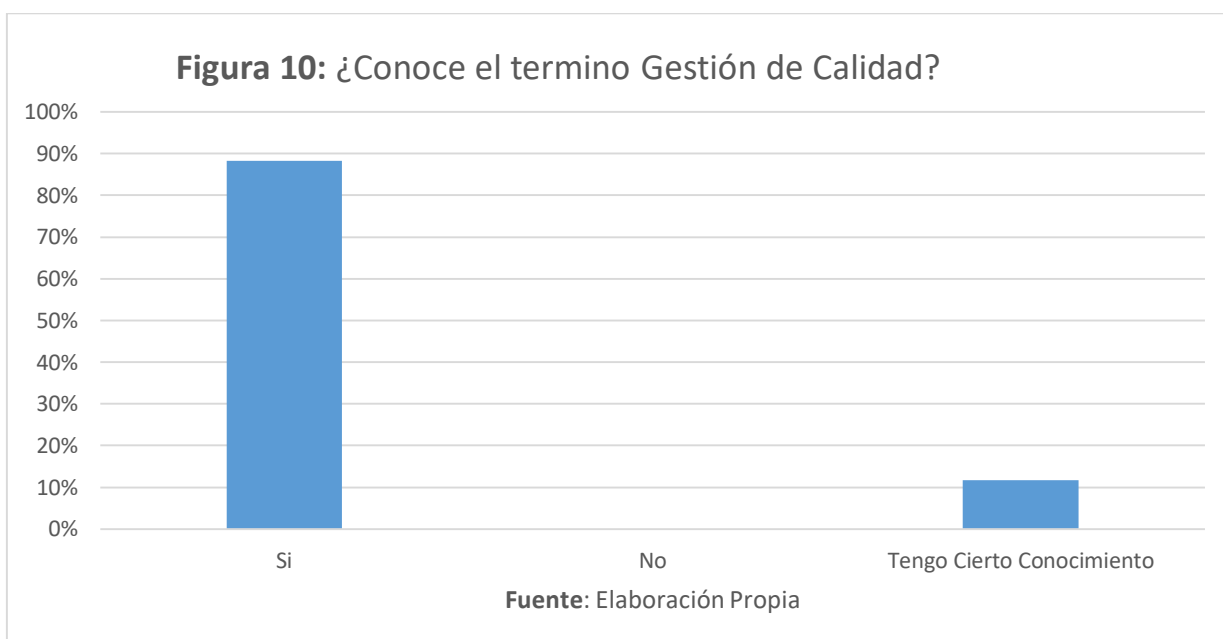


FIGURA 10: *¿Conoce el Término Gestión de Calidad?*

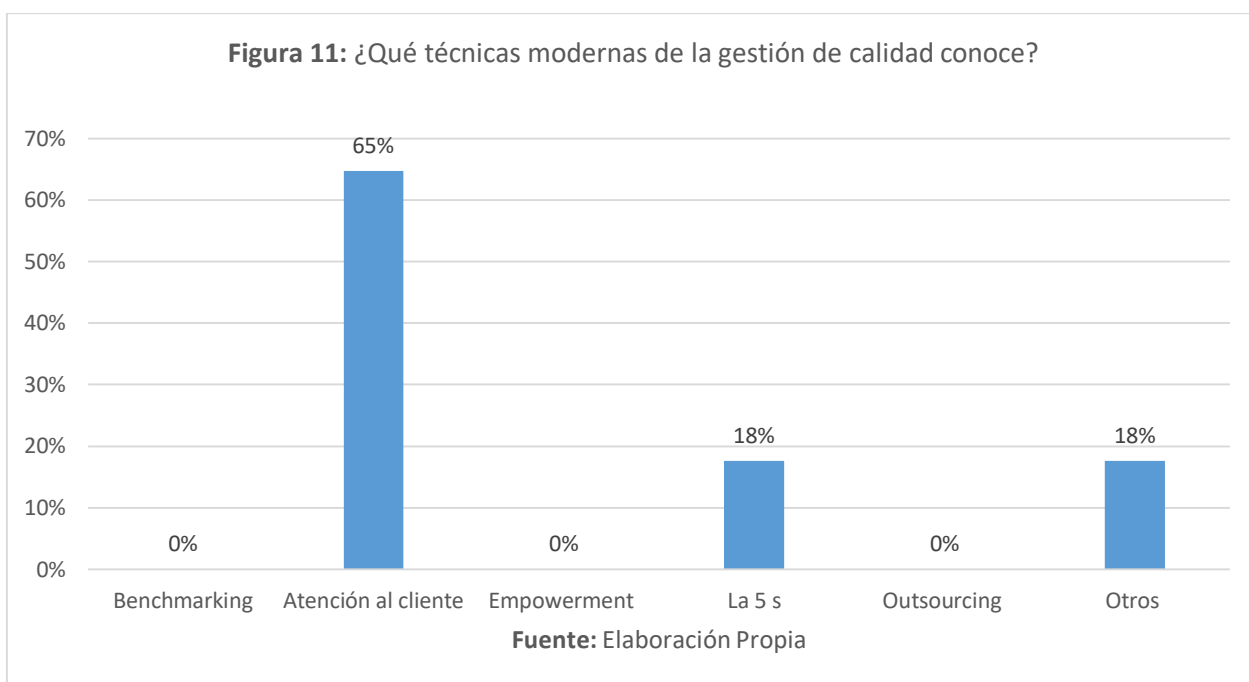


FIGURA 11: *¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?*

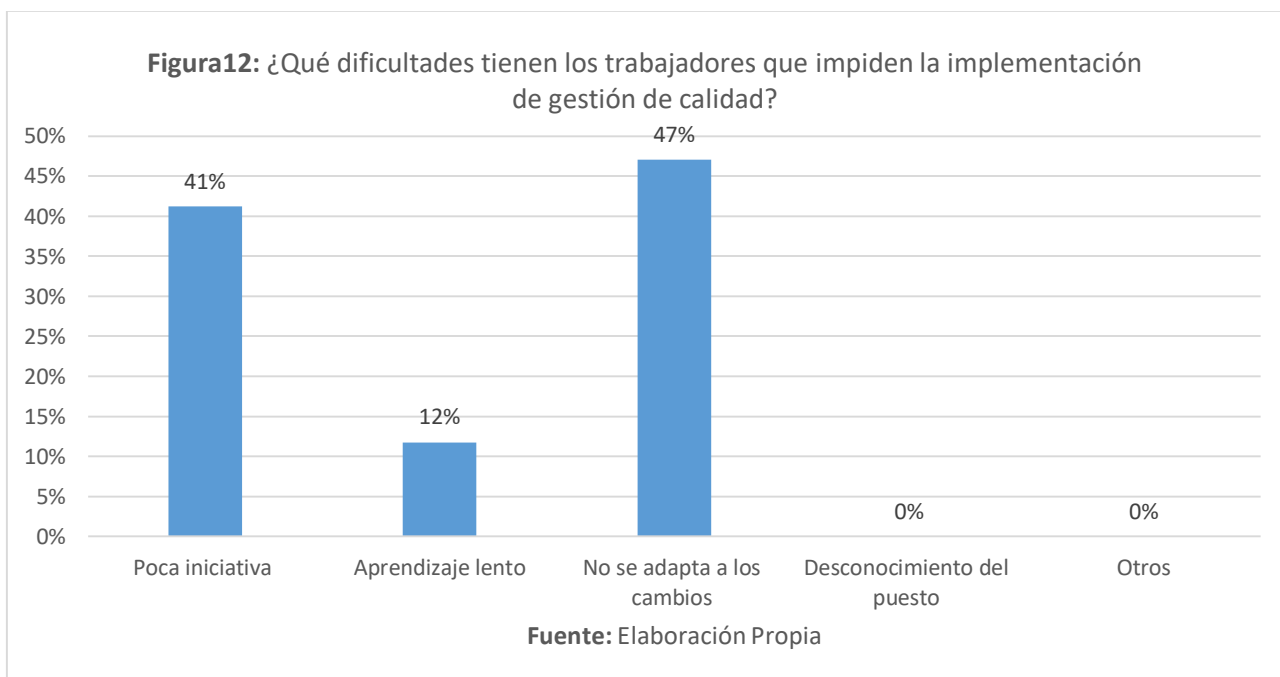


FIGURA 12: *¿Qué dificultades tienes los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?*

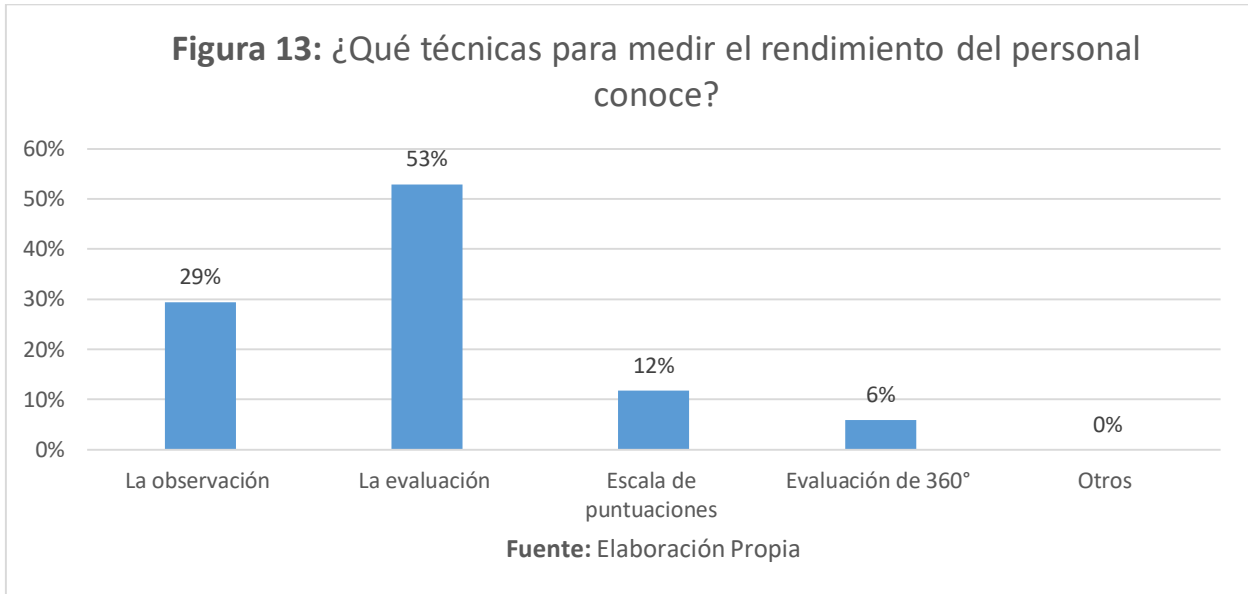


FIGURA 13: ¿Qué Técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

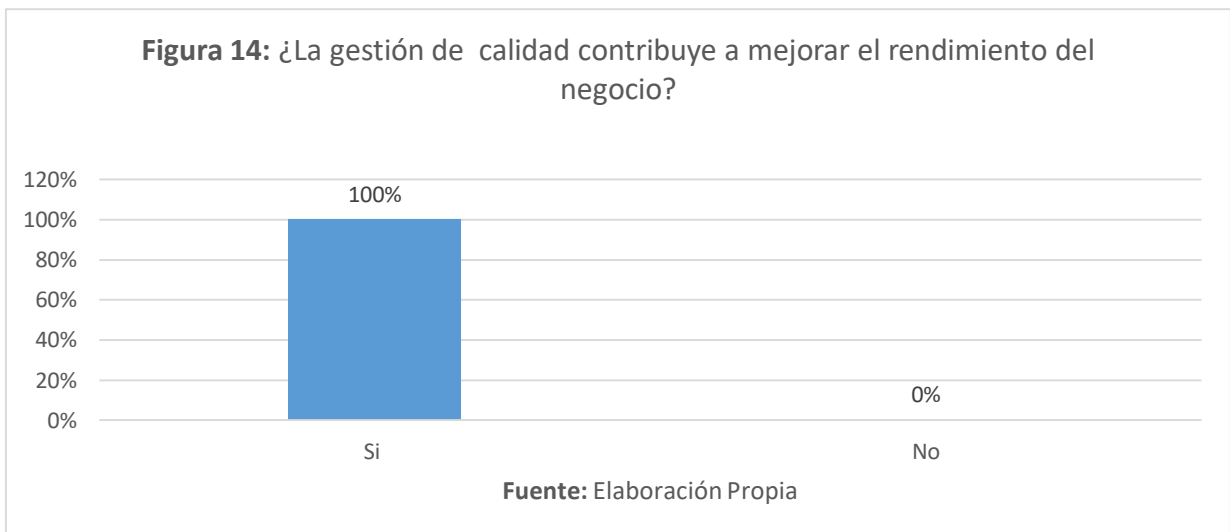


FIGURA 14: ¿La Gestión de Calidad Contribuye a mejorar el Rendimiento del Negocio?

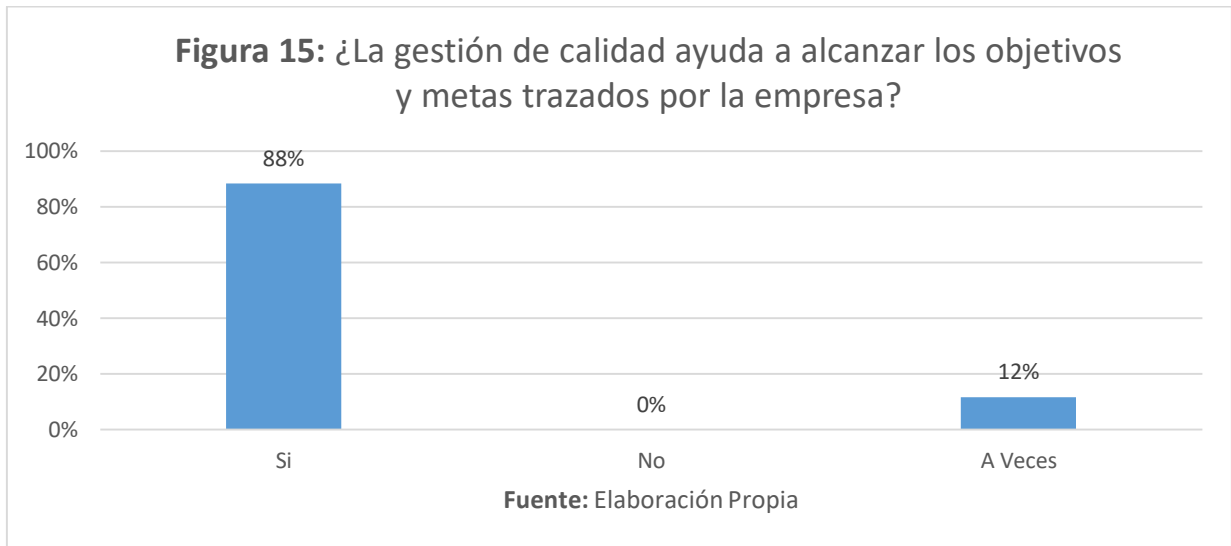


FIGURA 15: ¿La Gestión de Calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?

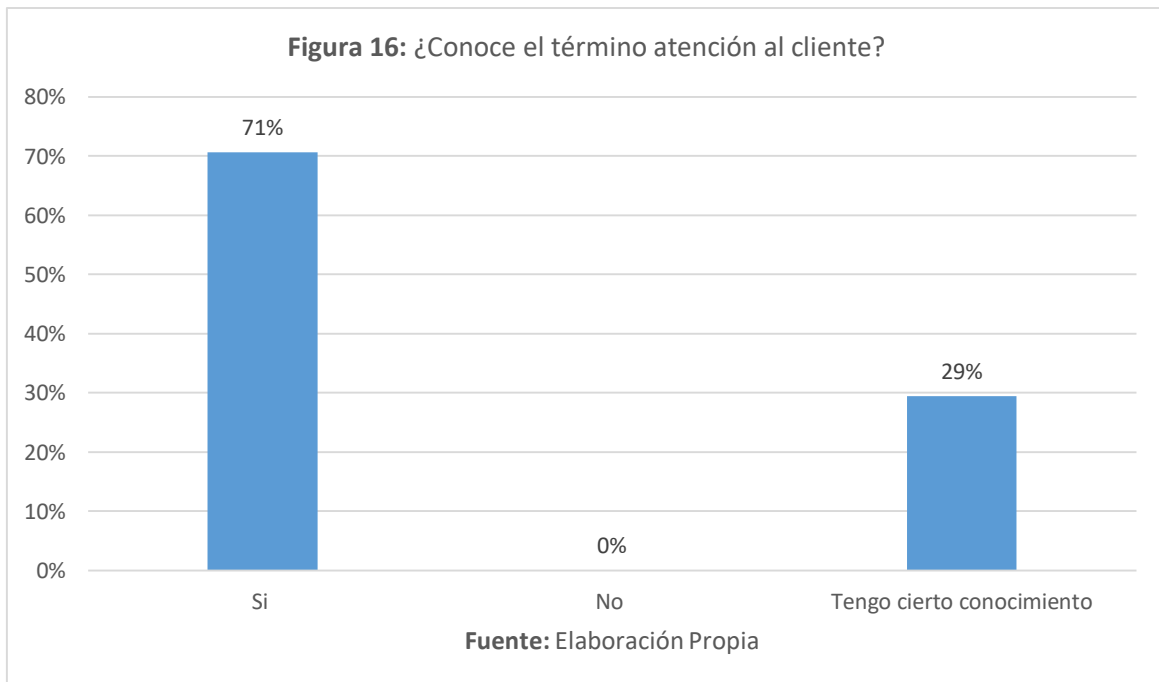


FIGURA 16: ¿Conoce el Término Atención al Cliente?

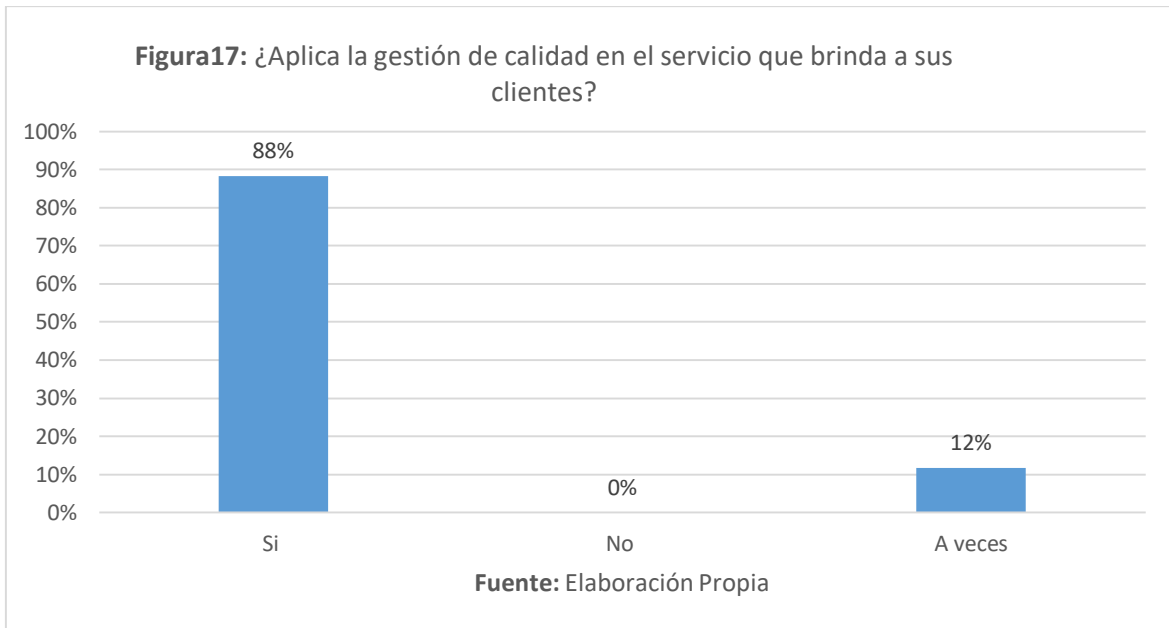


FIGURA 17: ¿Aplica la Gestión de Calidad en el servicio que brinda a sus Cliente?

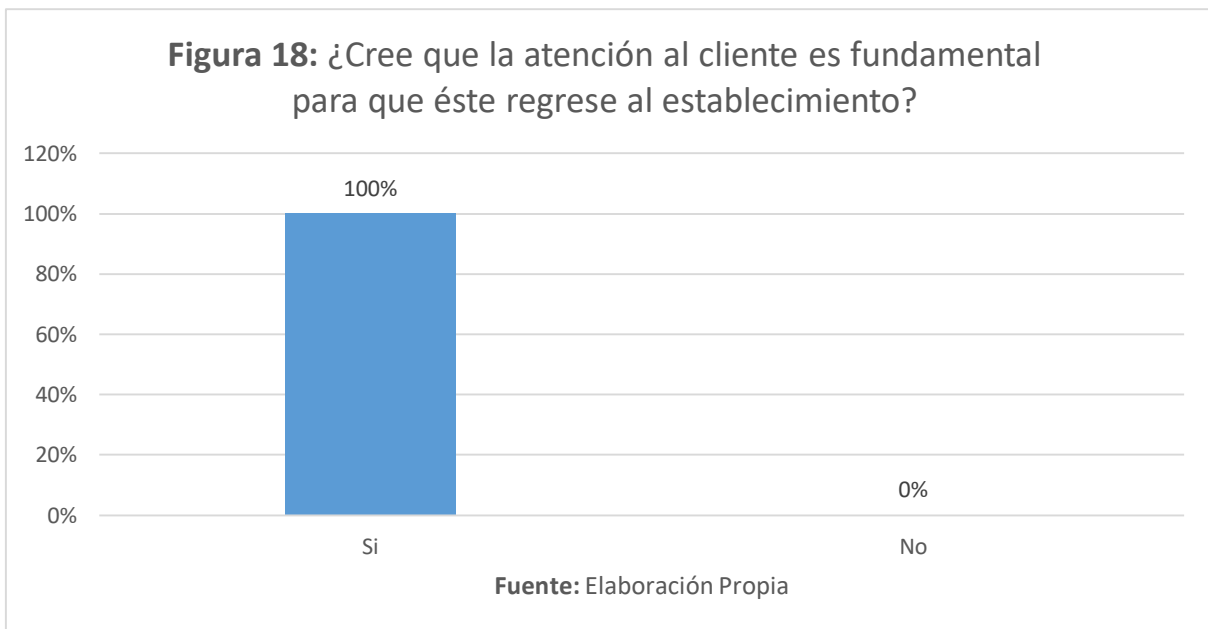


FIGURA 18: ¿Cree que la Atención al Cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?

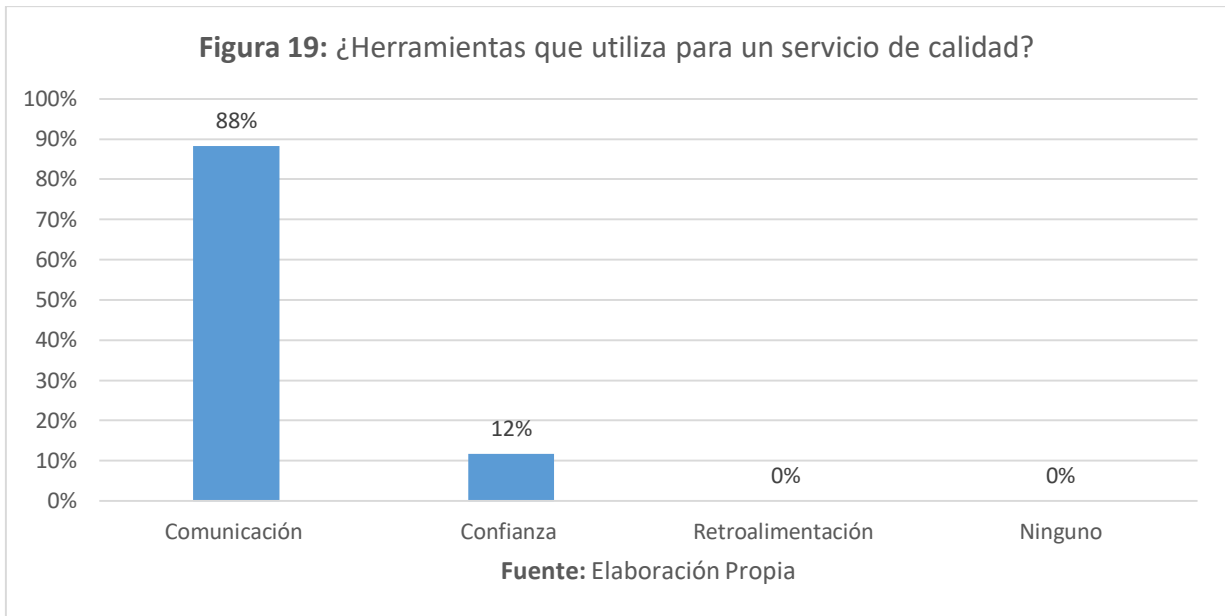


FIGURA 19: ¿Herramientas que utiliza para un servicio de Calidad?

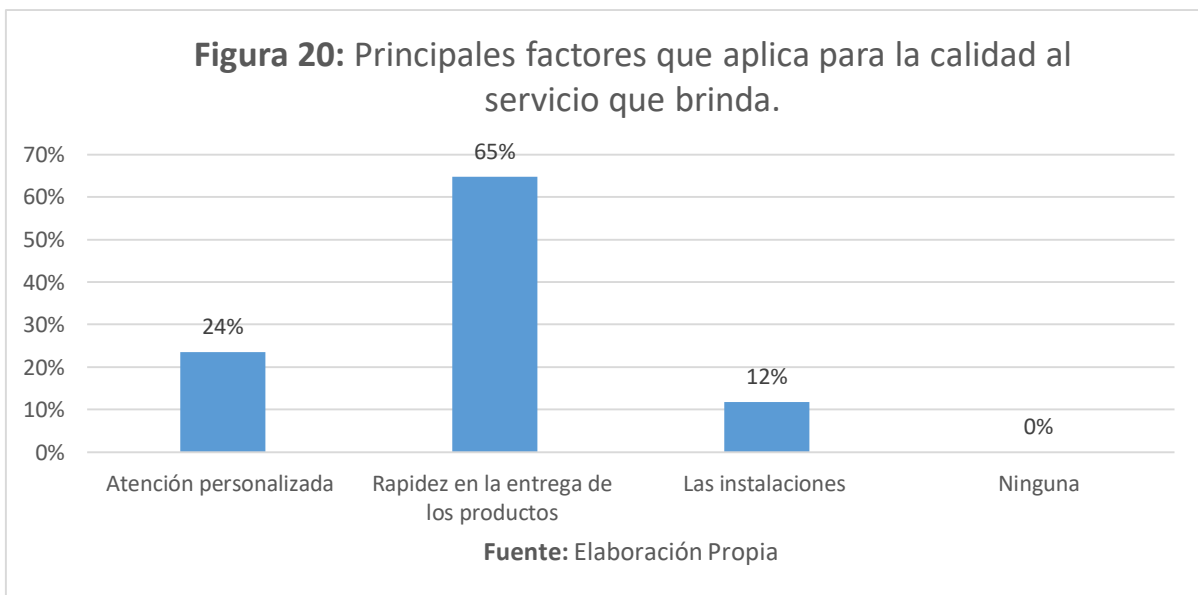


FIGURA 20: Principales factores que aplica para la calidad al servicio que brinda

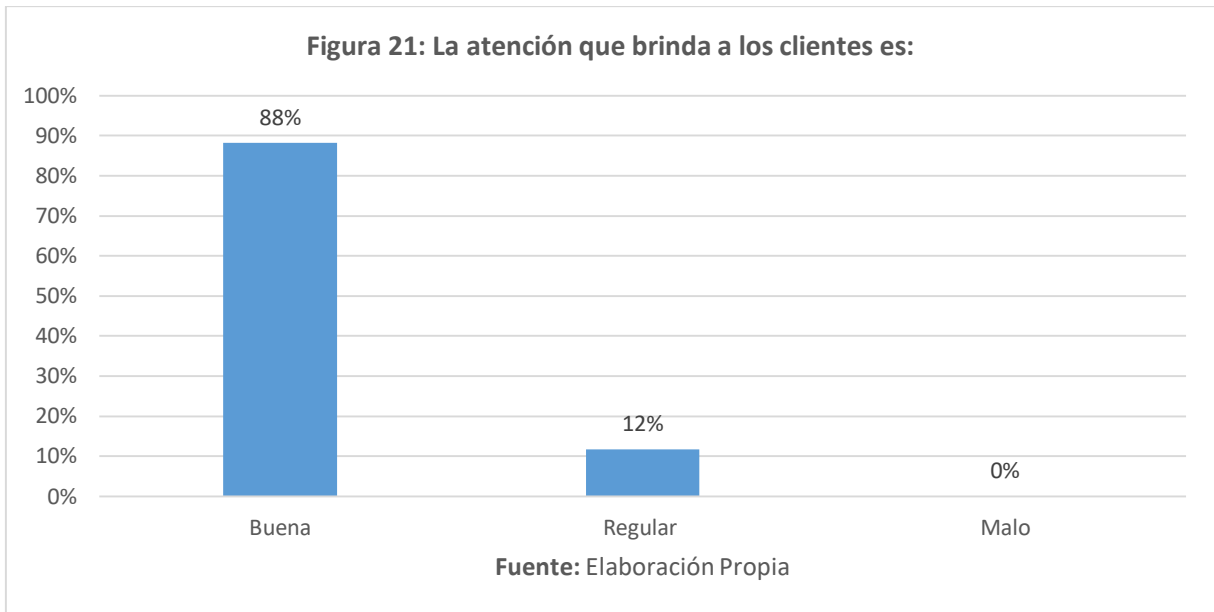


FIGURA 21: La Atención que Brinda a los Clientes es:

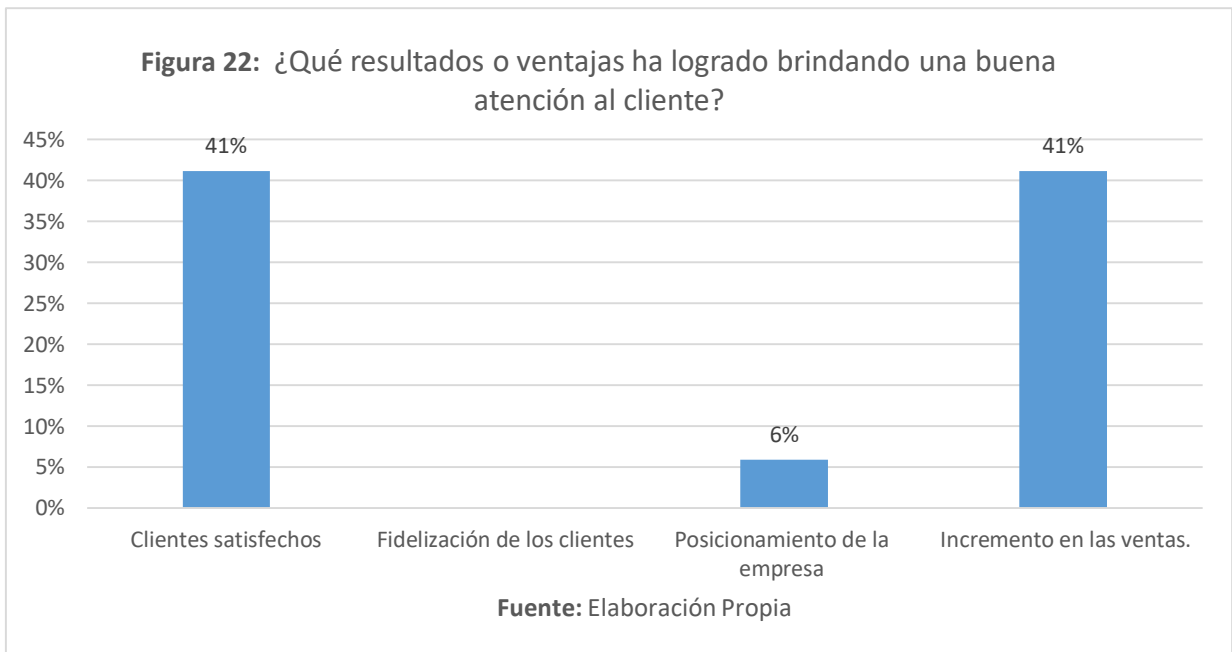


FIGURA 22: ¿Qué resultados o ventajas ha logrado brindando una buena atención?