



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO,
RUBRO RESTAURANTES DE LA URBANIZACIÓN NICOLAS
GARATEA EN EL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2016.

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

AUTORA

Br. Carranza Delgado, Kristhel Mercedes

Orcid.org/0000-0002-1511-5164

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid.org/0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE - PERU

2019

EQUIPO DE TRABAJO

Br. Carranza Delgado, Kristhel Mercedes

Orcid.org/0000-0002-1511-5164

Autora

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid.org/0000-0002-6399-5928

Asesor

Miembros de Jurado

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Orcid.org/0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgr. Limo Vázquez, Miguel Ángel

Orcid.org/0000-0002-7575-3571

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio César

Orcid.org/0000-0002-5471-4549

Miembro

JURADO EVALUADOR

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgr. Limo Vázquez, Miguel Ángel

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme salud, gracias por ser mi guía en mi camino, por la paciencia y serenidad en todo tiempo, sin duda mis logros son el resultado de tu ayuda, gracias a ti porque esta meta está por cumplirse

A mis padres darme apoyo en seguir con mis estudios, y por el esfuerzo que día a día hacen por sacar a nuestra familia adelante y querer que sea una profesional.

A mi asesor Dr. Reinerio por la enseñanza y apoyo que nos brindó en este tiempo para poder lograr que se haga posible este trabajo de Investigación

DEDICATORIA

A Dios por darme la fortaleza de seguir avanzando quién me permite cumplir mis objetivos, quién me permite sonreír ante todos mis logros que son resultado de su ayuda, nunca cesaran mis ganas de decir que es gracias a ti que esta meta ya está por cumplirse.

A mis padres por el soporte de día a día en mi vida, por ser mi guía en todo momento, que a pesar de las circunstancias siempre están conmigo, y por el esfuerzo que día a día hacen por sacar a nuestra familia adelante y querer que sea una profesional.

A mi hijo, Johao quien es el principal motivo para salir adelante y a mis queridos hermanos Giovanni y Pablito por su apoyo incondicional y comprensión. Y a Luis por tenerme tanta paciencia en este tiempo.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea, 2016. La investigación fue de diseño No experimental-transversal-descriptivo. Se utilizó una muestra de 8 micro y pequeñas empresas de una población de 23 micro y pequeñas empresas. A quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas, a través de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 75 % del representante tienen una edad entre 30 a 50 años. El 50% son de género femenino. El 38 % cuentan con estudios superiores no universitarios. El 87% de los representantes son dueños. El 62% tienen de 0 a 5 años desempeñando el cargo. Por otro lado con respecto el 62% de los negocios tienen de 0 a 5 años de permanencia en el rubro. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 62% de los negocios que trabajan son familiares. El 75% de los negocios son creados para generar ganancias. Así también el 100% de los representantes legales, Si cree que es importante brindar un servicio de calidad. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento del personal. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes brindando una buena atención.

Finalmente se concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas son dirigidas en la actualidad por mujeres emprendedoras, con conocimientos sobre la Gestión de Calidad en atención al cliente.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad, Micro y pequeñas empresas, Representantes.

ABSTRACT

The present investigation Nicolas Garatea had as general aim determine the principal characteristics of the Quality management in the micro and small enterprises of the sector services - items restaurants of the Urbanization, 2016. The investigation was of not experimental design - transversal-descriptivo. A sample of 8 was in use mike and small company of a population of 23 mike and small enterprises. To whom I apply a questionnaire of 18 questions, across the survey. Obtaining the following results: 75 % of the representative has an age of the 30 to 50 years. 50 % is of feminine kind .El 38 % possesses top not university studies. 87 % of the representatives is owners. 62 % is from 0 to 5 years old recovering the post. On the other hand with respect 62 % of the business has from 0 to 5 years of permanency in the item. 100 % of the micro and small enterprises have between 1 5 workers. 62 % of the business that work is familiar. 75 % of the business is created to generate earnings. This way also 100 % of the legal representatives, If he thinks that it is important to offer a quality service. 75 % of the representatives of the micro and small enterprises use the observation as technology to measure the performance of the personnel. 75 % of the representatives of the micro and small enterprises apply the quality management in the service that drinks to his clients offering a good attention.

Finally, one concludes that the majority of the micro and small enterprises are directed at present by enterprising women, with knowledge on the Quality management in consideration of the client.

Key word: Customer Support, Quality management, Mike and small enterprises, Representatives.

CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS	i
2. EQUIPO DE TRABAJO	ii
3. HOJA DE FIRMA DE JURADO EVALUADOR	iii
4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA	iv
5. RESUMEN Y ABSTRACT	vi
6. CONTENIDO	viii
7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
III. HIPÓTESIS	25
IV. METODOLOGÍA	26
4.1. Diseño de la investigación	26
4.2. Población y muestra	26
4.3. Definición y operacionalización de las variables y los indicadores	27
4.4. Técnicas e instrumentos	30
4.5. Plan de análisis	30
4.6. Matriz de consistencia	31
4.7. Principios éticos	32
V. RESULTADOS	33
5.1. Resultados	33
5.2. Análisis de resultados	37
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
Referencias bibliográficas	44
Anexos	48

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes, de la Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016. 33

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes, de la Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote,2016. 34

Tabla 3. Características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas de la Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016 35

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad del representante	59
Figura 2. Género del representante	59
Figura 3. Grado de instrucción	60
Figura 4. Cargo que desempeña	60
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	61
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	61
Figura 7. Número de trabajadores	62
Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son	62
Figura 9. Objetivo de creación	63
Figura 10. Importancia de brindar un servicio de calidad	63
Figura 11. Técnicas para medir el rendimiento del personal	64
Figura 12. Como aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	64
Figura 13. La gestión de calidad contribuye a	65
Figura 14. Termino atención al cliente	65
Figura 15. La atención al cliente es fundamental para que este regrese	66
Figura 16. La atención que brinda a los clientes es	66
Figura 17. Cuando cree usted que la empresa es eficiente	67
Figura 18. La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado	67

I. INTRODUCCIÓN

La importancia de la Micro y Pequeña empresa se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa. (Cabello, 2014)

No obstante, si bien las micro y pequeñas empresas representan un papel muy importante en la economía del país, también enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia a largo plazo y en su desarrollo, esto se debe a que muchos de los representantes de estas micro y pequeñas empresas tienen un limitado acceso de información y este problema no solo se da en el país, sino también a nivel mundial.

Tal es el caso de América Latina, el Caribe y en Bolivia y muy en particular en Santa Cruz de la Sierra, la actividad de las micro y pequeñas empresas desempeñan un papel dominante en la generación de empleo e ingresos para amplios sectores de la población, logrando con ello un progreso técnico y un crecimiento económico, muy representativo para el país en las áreas de manufactura, comercio y servicio. Sin embargo no debemos olvidar que estas todavía se siguen conformando con empleados por grupos familiares, produciendo a baja escala, con tecnología atrasada y bajos niveles de productividad, atendiendo generalmente segmentos de mercados locales y con poca iniciativa de priorizar estándares internacionales y lograr exportar. Actualmente el impacto de la globalización creciente, varía su incidencia de un país a otro, ha servido para que las micro y pequeñas empresas en Santa Cruz, se redescubra y los microempresarios traten de lograr mejoras en su gestión (Leigue, 2007). Al mismo tiempo en Colombia a pesar de su gran importancia económica y social, existen retos que el sector de las micro y pequeñas debe enfrentar en su desarrollo: problemas de acceso a los mercados, barreras tecnológicas, dificultades para obtener recursos de crédito del sector financiero y baja oferta de mano de obra de tecnólogos y técnicos, factores que afectan la intervención de los riesgos dentro de las

empresas y la destinación de recursos, la contratación de personal para la implementación de los sistemas de gestión de calidad, ambiental, seguridad y salud ocupacional. (Aguilar, 2014). De esta forma en Argentina, el problema común que se observa en las pymes y emprendimiento es su falta de profesionalismo, es decir vienen realizando una mala gestión. Esto implica un enfoque más serio de la empresa para lograr la calidad del producto y servicio que ofrece, estandarización en las operaciones, una mejora en la gestión de calidad de los empleados, mayor control de insumos y sus proveedores, planificación de las acciones, análisis de los resultados y finalmente una revisión del liderazgo de los dueños (Paulise, 2015). En el caso de las micro y pequeñas empresas de Venezuela existe una carencia de personal calificado y con visión estratégica basada en el conocimiento de los que ocurre en su entorno, siendo un serio obstáculo en su desarrollo, requiriendo con urgencia mejorar la gestión de los empresarios con miras a fortalecer su visión estratégica de cara a los problemas nacionales, a la apertura hacia el Socialismo, y a la Globalización. Hay una ausencia de una gerencia calificada, avalada de los conocimientos formales que propicia la ciencia administrativa, afectando seriamente su competencia, el uso de sus recursos, además de saber enfrentar los retos y generar los cambios, transformación necesarios para garantizar operatividad, productividad y competencia (Vanegas, 2011). Y hoy en la actualidad las micro y pequeñas empresas en Venezuela viene enfrentando caídas en un 90 por ciento. Ahora bien, en el Perú las micro y pequeñas empresas también viene afrontando problemas por la falta de una gestión adecuada. Pero hoy en día las micro, pequeñas y medianas empresas tendrán la oportunidad de ser más competitivas gracias a la Norma Técnica Peruana “Gestión Integral de la Mipyme” .Modelo de gestión que tiene como objeto implementar un modelo de gestión de productos y servicios de cualquier sector económico con un enfoque estratégico orientado hacia la satisfacción del cliente y grupo de intereses. Este instrumento permitirá a la Mipymes acercarse a sistemas reconocidos internacionalmente para aprovechar de manera eficaz los tratados de libre comercio- TLC, así como tener una participación activa en la compra del sector público y privado Según el diario de economía y negocios de Perú GESTION (2016). Así también en Ancash, las micro y pequeñas empresas tienen alto nivel de crecimiento, esto ha generado muchos empleos de trabajo, sin embargo, esas pequeñas empresas también atraviesan por una serie de problemas tal como la inadecuada gestión de calidad, es decir desconocen o no aplican

correctamente herramientas administrativas en sus negocios, lo que dificulta el surgimiento a largo plazo.

Finalmente en el Distrito de Nuevo Chimbote , donde se desarrolló la siguiente investigación las micro y pequeñas empresas tienen una gran importancia, existe gran número de Micro y pequeñas empresas dedicadas al sector servicio-rubro restaurantes, sin embargo algunas de ellas desaparecen al poco tiempo de su creación, otras permanecen y se desarrollan en el mercado desconociéndose el motivo de este fenómeno, considerando que existen muchos factores como la gestión de calidad ,lo cual por desconocimiento de sus representantes no es usado adecuadamente, es por ello que se hace la siguiente investigación, lo cual nos permite determinar el siguiente enunciado:¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urb. Nicolás Garatea, del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016?. Para poder dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea, del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016. Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes legales de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016. Asimismo, describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016. De esta forma describir las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016. Asimismo el trabajo de investigación se justifica porque permitirá obtener nuevos conocimientos de la gestión de calidad en atención al cliente y sus principales características que se aplican en las micro y pequeñas empresas para su total desarrollo y crecimiento, permitiendo a los dueños y representantes legales de estas micro y pequeñas empresas su impecable aplicación y uso para así tener éxito en el mercado competitivo de este rubro. Si bien es cierto en un restaurante el grado de satisfacción que experimenta un cliente está relacionada con la

atención que le brindan y la eficiencia del servicio que le dan donde dependerá de esto si ellos regresan. Asimismo, la investigación se justifica porque ofrece una información clara y precisa para otros estudiantes interesados en este tema de investigación proporcionándoles conocimientos sobre los beneficios de la aplicación del trabajo de investigación. Finalmente, el estudio de investigación sirve para aquellas personas que tienen el deseo de emprender un negocio pues lo cual servirá para desarrollar un mejor servicio y así lograr la satisfacción y fidelización de sus clientes.

El presente estudio de investigación se utilizó como metodología el diseño no experimental-transversal descriptivo, manifestando una población de 23 micro y pequeñas empresas, por la cual se determinó una muestra de 08, de las cuales se les aplicó un cuestionario de 18 interrogantes obteniendo así el resultado tabulado y representado por tablas que se encuentran en el acápite 5 en el presente estudio de investigación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Luna (2016) en su trabajo de investigación *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013*. Cuyo objetivo general es: Describir las principales características de la gestión de Calidad de las MYPES del sector servicio- rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2013. Llego a los siguientes resultados: El 60,9% son de género masculino. El 52,2% tienen una edad entre 18 y 30 años de edad. El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% de los representantes tiene 3 años en actividad. El 65,2% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores. El 69,6% son formales. El 65,2% mantienen a sus trabajadores en condición informal. El 100% de las Mypes encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO. El 60,9% de los encuestados aseguran que aplican una gestión de calidad. El 56,5% ponen en práctica como técnica de gestión la mejora continua. El 78,3% realiza capacitaciones orientadas al servicio. El 39,1% de los empresarios consideran que el precio es la prioridad de sus compras ante sus proveedores. Concluye que la mayoría (60,9%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, la mayoría absoluta (52,2%) tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría relativa (47,8%) tiene el grado de instrucción universitaria y la mayoría relativa (43,5%) cuenta como administrador 3 años en el rubro. La totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores.

Sánchez (2014) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las mypes rubro restaurantes- provincia de Trujillo año 2013*. Cuyo objetivo general es: Determinar y dar a conocer las principales características de las Mypes Rubro Restaurantes en la provincia de Trujillo en el año 2013. Llego a los siguientes resultados: El 80% de los gerentes de las mypes encuestados son de sexo masculino. El 50% de los gerentes de las Mypes tienen una edad que fluctúa entre los 30 y 40 años. El 40% de los gerentes de las Mypes encuestadas tienen estudios superiores completos. El 60% de los gerentes de las Mypes encuestados no tienen ningún tipo de estudio complementario realizado. El 50% de los gerentes encuestados tienen ms de un año en cargo. El 60% de los gerentes de las Mypes encuestadas tuvo una experiencia previa en el rubro. El 80% de las Mypes encuestadas no realiza capacitaciones orientadas a la mejora de servicio .El 60% de las Mypes encuestadas piensa que es responsabilidad del trabajador. Los encuestados manifiestan que la Calidad sumado al precio es el factor determinante para escoger un proveedor (40%).el 70% de las empresas encuestadas indicaron que no piden algún tipo de certificación a sus proveedores. los gerentes y/o administradores de las Mypes indican que mantienen políticas de salud e higiene en el trabajo (80%).En un 50% de las Mypes encuestadas los trabajadores no están en planilla ni con ningún tipo de contrato, generando mucha inestabilidad. Aquí el 60% de los encuestados indicaron que no realizan ningún tipo de evaluación. El mayor porcentaje de encuestados (30%) indicaron que el proceso se inicia solicitando personal a través de diarios. los gerentes manifestaron en su totalidad (100%) que no se realiza ningún tipo de evaluación psicológica y no creen que sea importante. En el 60% de los casos la decisión se toma en menos de 24 horas. Los trabajadores de sexo masculino con el 58% de los encuestados. Se evidencia que la mayor parte de los trabajadores están en el rango de edad menor de 25 años. El 45% de los trabajadores son solteros. El 37% de los trabajadores del rubro restaurantes tienen hijos. El 33% de los encuestados tienen estudios técnicos incompletos. El 75% de los trabajadores encuestados no tiene una formación adicional complementaria. El 22% de los trabajadores tienen menos de 1 mes. El 58% de los trabajadores tuvo una experiencia en este negocio antes de ingresar a su actual puesto. El 98% de los trabajadores están ávidos de ser capacitados y formados en temas relacionados al rubro. El 41% de los encuestados indica

que el salario es lo que más valora de su actual puesto. El 72% de los clientes indicaron que los precios del restaurant le parecieron accesibles. El mayor porcentaje de los encuestados (48%) manifiestan que la atención es mejorable. el tiempo de espera no es un problema para la mayoría de los negocios ya que el 43% indicaron que la atención fue rápida. El 64% indico que los productos le parecieron de calidad. Un 62% piensa que el factor primordial a mejorar es la atención. Un 59% indica que finalmente el negocio le parece bueno. Concluye que en el estudio realizado el proceso de selección y la gestión de calidad las Mypes del Rubro restaurantes son dos puntos que aún están muy lejos de estar en estándares óptimos que permitan realizar una correcta gestión de los negocios. Si bien es cierto la mayoría de los Gerentes tienen estudios completos (40% superiores completos y 20% técnicos completos) pero han sido formados en sus respectivas especialidades: Administración, Economía, Marketing La gestión de calidad de las empresas no se maneja por ningún tipo de estándar marcado o parametrizado, en la mayoría de la empresas, solamente apelan a criterios que se manejaron o aprendieron y que en algún momento dieron resultados, pero el negocio evoluciona y no se puede permitir el mantener ideas o costumbre que no vayan a la par de la expansión del negocio.

Ríos (2015) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*. Cuyo objetivo general es: Determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Llego a los siguientes resultados: los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino. El tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años. El 90% de las Mypes son formales. El 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención. El 85% respondieron que la calidad es importante para la organización. El 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad. El 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho

por el servicio brindado. Concluye que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. En cuanto a las principales características de las Mypes; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las Mypes son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. En cuanto a la gestión de calidad: Del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención ; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad.

Hernández (2015) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014*. Cuyo objetivo general es: Determinar las características del marketing de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. Llego a los siguientes resultados: las Mypes rubro restaurantes 66.67% Femenino. El 40 % de los Gerentes y/o Administradores de las Mypes encuestadas tienen una edad que fluctúa entre los 30 y 40 años. El que el 53.33% de los Gerentes y/o Administradores de las Mypes encuestadas tienen solamente secundaria completa. Se evidencia que el mayor porcentaje de los encuestados 66.67% indica que si tienen algún tipo de capacitación. Un 53.33% piensa que es la empresa quien debe ser responsable de la capacitación del mismo. Los Gerentes y/o Administradores manifiestan que la calidad sumado con el precio es el factor determinante para escoger un proveedor 53.33. Los Gerentes y/o Administradores de las Mypes que el 73 % indica que el local donde se ubica el restaurante no es propio. Los Gerentes y/o Administradores de las Mypes que el 73% indica existe una gran posibilidad de que nuevos restaurantes traten de imitar sus características. El total de los encuestados 75% de los clientes indicaron que los precios del restaurant le parecieron accesibles

mientras. El total de los encuestados 62.5 % de los clientes indicaron que la calidad del restaurant es buena. El mayor porcentaje de los encuestados 75% manifiestan que la atención es buena. El tiempo de espera no es un problema para la mayoría de los negocios ya que el 62.5% indicaron que la atención fue normal. Los encuestados el 75% indicaron que la calidad del producto le pareció buena. El total de los encuestados un 25% piensan que el factor primordial a mejorar es el precio .Concluye que la mayoría de los Gerentes y/o Administradores cuentan con estudios secundarios completos (53%) y (27%) cuentan con estudios primarios; esto significa una gran desventaja para el negocio ya que el mayor porcentaje de Gerentes y/o Administradores cuenta con estudios secundarios completos; esto implica que deberán capacitarse en temas relacionados con el rubro y gestión de calidad, marketing y competitividad. La gestión de calidad de las empresas no se maneja por ningún tipo de estándar marcado o parametrisado, en la mayoría de las empresas, solamente apelan a criterios que se manejaron o aprendieron y que en algún momento dieron resultados, pero el negocio evoluciona y no se puede permitir el mantener ideas o costumbre que no vayan a la par de la expansión del negocio.

Antúnez (2017) en su trabajo de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016*.Cuyo objetivo general es: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016.Llego a los siguientes resultados El 72,7% de los representantes tienen una edad entre 31-50 años de edad.El 63,6% son de género masculino. El 45,5% tienen un grado de instrucción superior, El 63,6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 59,1% de las micro y pequeñas empresas son informales. El 68,2% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad, y el 40,9% señalan lo contrario. El 40,9% manifiestan usar la mejora continua como técnica de gestión en su negocio. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad planificar sus actividades para determinar la calidad dentro de su negocio. El 36,4% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes el buen trato seguido de un 27,3% que prioriza los platos de calidad, el 22,7% trata de priorizar el

tiempo de espera, y el 13,6% se enfoca en la limpieza para mantener a sus clientes satisfechos. El 45,5% al contratar a su personal prefiere dar la oportunidad de trabajo a sus familiares. El 54,5% no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. El 50% de las micro y pequeñas empresas señalan que se adecuan a los factores externos cambiantes como la innovación del producto, el 36,4% realiza se adecua a un atención personalizada al cliente, y el 13,6% dice adecuarse a la implementación de Estándares de calidad. El 59,1% señala que una atención de calidad contribuye en un aumento de ventas para el negocio, el 22,7% cree que contribuye con la fidelización de los clientes, y el 18,2% manifiesta que una atención de calidad contribuye a un posicionamiento en el mercado bien ganado. Concluye respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las micro empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Cruzado (2015) en su trabajo investigación *Caracterización de la Calidad del Servicio y Características en la Fidelización de los Clientes en las MYPES del Sector Servicios - Rubro Restaurantes del Distrito de Moche, Año 2014*. Tiene por objetivo general determinar la Caracterización de la Calidad del Servicio y las características en la Fidelización de los Clientes en las MYPES del Sector Servicios - Rubro Restaurantes del Distrito de Moche, Año 2014. Llegó a los siguientes resultados: El 65 % de los representantes legales encuestados son del sexo femenino, el 55 % de los empresarios no consumen en los restaurantes de las MYPES encuestadas, el 60% de los empresarios tienen 36 y 43 años de edad, el 75% de los empresarios tienen el grado de instrucción Superior no Universitaria, El 100% de las empresas son formales, el 60 % de las empresas tienen entre 15 y 20 años de funcionamiento y el 60 % de empresas tienen 2 y 5 trabajadores. el 62.5% de clientes prefieren instalaciones atractivas y cómodas, el 62.5 % de clientes apuestan por que los restaurantes tengan equipamiento exclusivo, el 75 % de clientes mencionan que los restaurantes deben solucionar sus problemas en forma rápida, el 70 % de clientes manifiestan que los empleados deben ser muy cuidadosos, el 80 % de clientes requieren que los restaurantes deben tener un equipamiento de calidad, el 87.50 % de clientes mencionan que la atención debe realizarse en el tiempo esperado, el 85 % de clientes dicen que si se presentara algún problema los gerentes son los llamados a solucionar, el 82.50 % de clientes consideran que la atención debe ser esmerada, el 90 % de clientes recomiendan para que otras personas concurren a consumir en dichos restaurantes, el 87.50 % de clientes se sienten cómodos al consumir en estos restaurantes, el 65 % de clientes continuarían comprando en este restaurante; el 70 % de clientes no le importaría el cambio en los precios y si estaría dispuesto a seguir viniendo a este restaurante, el 75 % de clientes si notaran algún cambio en la calidad del servicio (menos calidad) no estarían dispuestos a venir a hacer sus consumos en este restaurante y el 62.50 % de clientes si notaran algún cambio en la calidad de atención (disminución de la calidad de atención) no vendrían a hacer sus consumos. Concluye que respecto a los datos generales del representante de la empresa: El 65% de gerentes encuestados son femeninas, el 80% de representantes legales o gerentes de las MYPES encuestados se han podido dar cuenta que es necesario tener una política de innovación de sus equipos, mobiliario y otros enseres. El 20 % no considera importante dicha innovación, el 65% de gerentes encuestados son femeninas, asimismo el 65 % de

gerentes encuestados tienen entre 36 y 43 años de edad, el 55 % de gerentes o dueños de las MYPES no consumen en los restaurantes del distrito de Moche, el 75 % de gerentes encuestados tienen instrucción superior no universitaria, el 100% de las empresas que se tomó como muestra son formales, las empresas encuestadas Vienen funcionando entre 15 y 20 años. En forma continua, el 60% de las MYPES tienen entre 2 y 5 Trabajadores. Respecto a la calidad de servicio: El 62.50 % de Clientes encuestados Sostienen que las empresas El 87.50 % de clientes cuando visiten un restaurante desean ser atendidos en un tiempo prudencial, el 85 % de clientes encuestados coinciden que en caso de presentarse algún problema en un restaurante el gerente debe Poner el máximo interés en solucionarlo, el 82.50 % de clientes encuestados están de acuerdo que los restaurantes deben realizar un buen servicio desde la llegada del cliente. Y concluyó manifestando que el 62.50 % no estaría dispuesto a seguir viniendo a hacer sus consumos si es que bajaran la calidad en la atención al cliente.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Micro y Pequeña Empresa

La micro y pequeña empresa actualmente juega un papel importante en el desarrollo económico del país, gracias a estas pequeñas empresas que hoy en día hay más oportunidades en el país, con un número de personas que lo conforman, lo cual le permite dedicarse a diferentes actividades para satisfacer necesidades en la sociedad. Según la ley 28015 (2003) menciona que:

La Micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y pequeñas empresas, las cuales no obstante tener tamaños y característica propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. (p.1)

Características:

Las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de ventas anuales:

- Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.

Importancia:

Las micro y pequeñas empresas son de vital importancia en la economía de nuestro país ya que a través de ellas muchos jóvenes cuentan con un empleo, cada vez son innumerables negocios que siguen creciendo, actualmente estas micro y pequeñas empresas representan una parte importante de la fuerza laboral de nuestro país y en muchos países. Por otro lado, a pesar de los incontables números de empleo que genera, la calidad de los mismos es muy variada. Así también las micro y pequeñas empresas son la principal fuente de desarrollo y es una fuente generadora de empleo según las cifras el 80% de las personas se encuentran trabajando en estos negocios, lo que reduce la pobreza en nuestro país y contribuyen al crecimiento económico.

Crecimiento de la micro y pequeña empresa en el Perú:

En el Perú las micro y pequeñas empresas vienen creciendo a lo largo del tiempo, se destacan por ser uno de los mayores aportes para el país, esto se debe al gran número de empleos que generan para las personas. Así también Lazo (2008) menciona que:

El futuro de la micro y pequeña empresa es aún incierto ya que el 90% de su totalidad tienen baja productividad, es decir, el trabajo se mantiene autónomo y con la finalidad de la subsistencia familiar. Esto hace que la empresa tenga muy escaso potencial de crecimiento lo que se debe también a los siguientes factores. Los empresarios buscan reducir sus costos para aumentar sus ganancias y lograr esto, recurren a la subcontratación, es decir, emplean personal remunerándolos por debajo del sueldo mínimo por largas jornadas de trabajo y sin los beneficios que estipulan las leyes laborales.

La competencia también detiene el crecimiento de la micro y pequeña empresa ya que en el Perú lamentablemente se le considera productos importados como de mejor calidad solo por el hecho de ser extranjeros y se le da mínima importancia al producto peruano, aunque se realizan diversas campañas para apoyar a los compatriotas emprendedores. Lo único que podría lograr que la micro y pequeña empresa tenga un futuro crecimiento sería lograr que los micro y pequeños empresarios informales tomen conciencia de los beneficios que les traería la formalidad y además que se

estímule a las empresas a tomar retos de competitividad, productividad y ampliación de mercado

En el estudio realizado las micro y pequeñas empresas contribuyen al crecimiento del país, ya que estas se crean para un medio de subsistencia, buscando el bienestar económico de cada emprendedor, otras por generar puestos de trabajo y finalmente el 75 % generar ganancias. (Tabla 2)

Gestión de calidad:

La gestión de calidad es el conjunto de caminos de mejora mediante los cuales se consigue la calidad, y se ha convertido en un aspecto muy importante dentro de estas micro y pequeñas empresas en los últimos años, tal es el caso del sector servicio - rubro restaurantes que vienen aplicando y adaptando a su empresa, pues busca la mejora del funcionamiento y la eficiencia en la utilización de los recursos. Según Pérez & Merino (2008) menciona que:

Del latín gestión, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

La importancia de contar con un sistema de Gestión de calidad es que permite a las empresas a llevar y establecer un control no solo en sus procesos de producción, sino también en los de distribución, permitiendo a los clientes contar con una mayor seguridad en el consumo de los alimentos, aunque claro está, que esto implica costos y es de difícil que una empresa logre motivarse en temas de calidad sin pensar en gastos, pero cuando ya están implementándolo, reciben los beneficios esperados. Por tal razón, hay que recalcar, que el éxito es el resultado de un esfuerzo constante en la búsqueda de mejorar, tanto la calidad de vida como en el nivel laboral.

Ventajas y Desventajas que obtienen las organizaciones con un Sistema de Gestión de Calidad:

Según Trujillano (2014) menciona que las ventajas son:

- Facilita el control de las actividades
- Mejora la satisfacción de los clientes
- Mejora la productividad
- Reducción de costos
- Entrada a nuevos mercados en las operaciones
- Reducción de desperdicios

Desventajas:

- Se requiere de gran esfuerzo y tiempo para lograr el objetivo
- Se necesitan suficientes recursos
- Genera extensa documentación

Atención al Cliente

La atención al cliente es importante porque la organización se diferencia de la competencia, es la razón por la cual un cliente se inclina hacia el negocio. A veces el precio no es motivo de la pérdida de los clientes sino de una mala calidad en el servicio que brinda. Es sumamente importante que un cliente se quede siempre satisfecho del servicio porque siempre va a volver. Por lo tanto, poner un esfuerzo en la atención al cliente es una ventaja competitiva.

Así también el autor Pérez (2010) menciona que la atención al cliente es el conjunto de actividades encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

En el estudio realizado observamos que El 100% de los representantes legales, si conocen el término atención al cliente tienen en claro sobre la importancia de la atención al cliente, puesto que cada vez es más importante para las empresas que sus clientes tengan

una buena experiencia de su producto o servicio que ofrece, para conseguir su fidelidad. (Tabla 3)

La gestión de la atención al cliente

Según Brown (2007) la gestión de la atención al cliente consiste simplemente en eso: en gestionar la forma de atender al cliente. Desde siempre, el negocio se ha identificado con la competición. Se trata de competir por los mercados, por los territorios, por los lugares en los que se desarrolla la venta al por menor y, sobre todo, por los clientes.

¿Qué significa atención al cliente?

- Para facilitar la definición de lo que es la atención al cliente diremos que no es:
- No es algo efímero
- No es una campaña que se desarrolle durante seis meses y después se suspenda sin más.
- No equivale a ensayar la sonrisa ni aplicar la encantadora ética académica.
- No consiste en adornar todo el establecimiento con carteles que digan por ejemplo, el cliente es el rey.
- No es algo destinado en exclusiva al personal de primera línea.

La atención al cliente debe estar enraizada en la cultura y en el credo de la empresa. No es posible injertarla en un negocio como algo en lo que se ha pensado con posterioridad. Tiene que ser fundamental. 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 importancia del Cliente

El cliente es la razón de toda organización, el factor indispensable por lo tanto las organizaciones deben satisfacer sus necesidades y expectativas, ya es un merecedor de un trato amable y de un servicio de calidad. Según el autor Estrada (2007) afirma que el cliente:

Es una persona impulsada por un interés personal y que tiene la opción de recurrir a nuestra organización en busca de un producto o servicio, o bien de ir a otra institución. A esta persona la encontraremos no sólo en el campo comercial, empresarial o institucional, sino también en la política, en la vida diaria, cuando somos pasajeros, estudiantes, pacientes; ellos son los clientes o público usuario según sea el caso, que buscan satisfacer una necesidad.

En la investigación realizada se muestra que el 75% de micro y pequeñas empresas brinda una buena atención al cliente. (Tabla 4)

Principios básicos de la atención al cliente

Según el autor Vargas (2012) manifiesta que la gestión al cliente es un conjunto de actividades para las organizaciones, encaminadas a identificar necesidades de los clientes y de este modo logrando captar sus expectativas y así crear la satisfacción a nuestros futuros clientes.

Así también menciona algunas características de la atención al cliente:

- Es necesario conocer las necesidades de los clientes para este modo poder satisfacer las expectativas.
- Siempre las organizaciones deben capacitar a su personal para que este modo los trabajadores puedan satisfacer en un determinado momento las necesidades de los clientes.
- Un trato directo y amable por parte de la organización.
- La f idealización
- Siempre brindar un servicio de calidad, no solo el precio importa, sino una buena atención.

Aspectos importantes en la atención al cliente

Según Altuzarra (2005) manifiesta que en cualquier empresa y muy especialmente en aquellas cuya objeto de su actividad es la venta de productos y servicios, la productividad se mide en términos de satisfacción del cliente, y el grado de esta satisfacción va más allá

de la calidad del servicio, pues en su valoración entra en juego un factor dominante: La atención al cliente. Actualmente la mayoría de productos y servicios existentes en el mercado, poseen características muy similares. Por lo tanto el mejor camino para obtener la confianza del consumidor y lograr el éxito deseado, es ofrecer un servicio de “atención al cliente”. La atención al cliente es el nexo de unión de tres conceptos: Servicio al cliente, satisfacción del cliente, y calidad en el servicio. Mediante el esmerado trato en la prestación del servicio, el cuidado de los detalles, la disposición de servicio que manifiestan los empleados, el cumplimiento de servicios, etc... se logra complacer y fidelizar al cliente.

En la atención al cliente uno de los aspectos más importantes es la comunicación, pues es la base de todas nuestras relaciones, está consiste en la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal, utilizando un código compartido conocido. En la comunicación con el cliente debemos prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal.

- **La comunicación verbal** utiliza palabras habladas o escritas para transmitir el mensaje, está debe ser coherente con la “vía oral” y debe cuidar los siguientes aspectos: la calidad de la voz, el volumen o intensidad de la voz, el tono y la entonación, el uso del lenguaje, saber escuchar, etc.
- **Comunicación no verbal** este tipo de comunicación llamado lenguaje corporal, se produce en situación cara a cara, ya que no nos comunicaremos solamente por palabras, sino que los gestos forman parte de nuestra comunicación, expresando emociones y sentimientos. Ambas formas de comunicación van inseparables y se utilizan simultáneamente e influyen notablemente en la impresión que podemos dar a otras personas.
- **Evitar tensión en el cliente** mediante la actitud del profesional. Éste vigilara sus movimientos para que el cliente perciba soltura y profesionalidad a través de ellos.
- **Trataremos de que el cliente se relaje** evitando comentarios que puedan contrariarles, así como temas polémicos en la conversación
- **No entablaremos conversaciones** con los compañeros ni atenderemos al teléfono mientras estemos con el cliente.
- **No debemos mostrar a la clientela** que tenemos prisa por acabar el trabajo.

Factores para una buena Atención al Cliente

Según CEPAM (2013) los cuatro factores para una buena atención al cliente son:

- Presentación personal
- Sonrisa
- Amabilidad
- Educación

La atención al cliente, la excelencia en el servicio constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una empresa en el mercado.

Atención y servicio no son lo mismo, el cliente se fija en todos los detalles y reacciona ante ellos. Debes conocer los cinco elementos básicos a valorar para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente.

- **Elementos tangibles:** como las instalaciones y los equipos de la empresa, la presentación del personal, los materiales de comunicación y la exhibición de los productos.
- **Cumplimiento :** Implica desarrollar el servicio prometido oportunamente, es decir, lo que el vendedor ofrece en palabras lo cumpla con la entrega del producto o servicio
- **Disposición:** Es ayudar a los clientes a escoger el producto, proporcionándoles una asesoría para que se sienta satisfecho
- **Cualidades del personal:** Los vendedores deben demostrar que son competentes en su trabajo y capaces de inspirar confianza.
- **Empatía:** Los vendedores deben conocer al cliente, entender sus necesidades y mantener con ellos comunicación positiva y permanente.

Beneficios de una buena atención al cliente

Según Martínez (2006) señala que existen muchas formas de brindar un buen servicio, dependiendo del tipo de organización. Hay que recordar que una mejora en el servicio no es algo que solamente ayuda a la imagen de la empresa, sino que también pueden traer beneficios económicos que retribuirán los esfuerzos realizados.

- Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios
- Incremento de ventas y rentabilidad
- Menores gastos en actividades de marketing
- Mayor participación de mercado
- Menor rotación del personal
- Un mejor clima de trabajo interno
- Mejores relaciones internas entre el personal

De esta manera, podemos confiar que un verdadero servicio de calidad repercutirá en distintos ámbitos, en lo económico, el desempeño diario de los trabajadores, y en la calidad de vida de todo quienes se ven involucrados en las relaciones de servicio cada día.

2.3 Marco conceptual:

Historia de los restaurantes

Estas micro y pequeñas empresas ya tienen más de 5 años en el mercado competitivo. La capacidad emprendedora llevo a estos representantes legales a formar una sociedad, donde cada dueño utiliza sus habilidades para el beneficio de estos negocios. Tal es el caso del Restaurante “ La Casa de Emmanuel” de la señora Castillo Tarazona Gladys, que manifiesta que aún recuerda la idea de negocio nació tras llegar de Chimbote a la urbanización Nicolás Garatea y no encontrar un restaurant que tenga estas variedades de plato. Al iniciarse su restaurant era un establecimiento familiar muy chico ya que solo vendía menú, y fue la capacidad de querer crecer, donde estudiando el mercado vio que tenía un potencial por la comida criolla y platos marinos, fue con esto que rescató el concepto de comida tradicional y decidió agrandar su pequeña empresa con una variedad de platos a la carta. Su inquietud al emprender su propio negocio fue para ella un crecimiento personal y profesional ya que hoy en día tanto como hombre y como mujer deben participar en la economía familiar. Como todo negocio empezando ,fue un gran obstáculo para ella la inversión ya que si bien es cierto era un negocio recién pequeño sin créditos bancarios , pero no fue impedimento para seguir en el camino .Pues así logró llevar una buena administración ya que hay veces donde tienes que gastar solo lo necesario para que tu inversión vaya creciendo , no gastar más de lo que ganas y ser aquella persona con

decisiones ,líder en la empresa pues este factor ayuda mucho a que la gente se identifique contigo ,como también la de brindar una buena atención al cliente , donde este pueda sentirse satisfecho a la hora de adquirir dicho producto .Y otro punto importante es que un negocio exitoso debe contar con un buen equipo de trabajo y para ello hay que dar una buena preparación al personal, es decir siempre motivarlo ,capacitarlo y que este se identifique con la empresa Y Así mismo pueda brindar una buena atención a sus clientes. Es así que el esfuerzo, la dedicación y la honorabilidad de este negocio hoy por hoy sigue en este mercado competitivo. Y algo muy importante es la lucha a pesar de los obstáculos que la vida te puede ofrecer.

Restaurantes:

Los restaurantes son establecimientos que ofrecen una variedad de platos o estilos de comidas a cambio de un precio ,donde tanto la atención como la comida son simples pero satisficentes en el cual se ofrecen a los clientes comidas y bebidas de diversos tipos para su consumo, es decir, las personas que asisten a un restaurante se sientan en las mesas que este tiene dispuestas, eligen aquello que quieren comer y beber de una carta o menú que se les muestra, lo ordenan a un mozo, y una vez listos los alimentos y bebidas se los sirve en la mesa para que consuman el pedido allí mismo.

Tipos de platos de comida que venden:

- Menú
- Platos a la carta
- Platos criollos
- Platos marinos

Las micro y pequeñas empresas de restaurantes

Las micro y pequeñas empresas de los restaurantes están ubicadas en la Urbanización Nicolás Garatea en el Distrito de Nuevo Chimbote están constituidas como empresas individuales, representadas legalmente por los propios dueños, cuyo capital es propio. Estos restaurantes ofrecen a los clientes diversos platos para cubrir sus necesidades, ya que ellos consideran a sus clientes como parte de su organización, porque gracias a ellos su negocio logra tener expectativas para que puedan mejorar, aceptando siempre cualquier inquietud y

opinión de sus clientes que en efecto son considerados en la actualidad la razón de ser de una organización.

Están ubicados mayormente en esquinas como lugares estratégicos debido a la gran influencia de público, lo que resulta bastante atractivo para los clientes, tienen como finalidad brindar a la población de Nicolás Garatea, alimentación de calidad en donde los platos ofrecidos son elaborados con altos estándares de higiene, contribuyendo al bienestar de la sociedad. Estos restaurantes ofrecen diversos platos como menú, platos a la carta, platos criollos, platos marinos; haciendo que el cliente se sienta satisfecho y diferenciándose de los demás. Donde luego de haber consumido los clientes realizan su pago correspondiente en la caja, lo cual es administrado por el mismo dueño, él es quien cobra y da las gracias esperando así que nuevamente vuelvan al establecimiento. Sin embargo, muchos de estos establecimientos no consideran diversas técnicas administrativas para lograr satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes; de manera que es un campo bastante amplio, competitivo y no cubierto al cien por ciento por los representantes legales de estos establecimientos.

Las micro y pequeñas empresas de restaurantes y la gestión de calidad en atención al cliente

Las Micro y pequeñas empresas de los restaurantes ubicadas en la urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote buscan ser competentes en el mercado existe una alta demanda de comida .Es por eso que estos restaurantes deben considerar diversas estrategias operativas, técnicas y administrativas , para lograr satisfacer las necesidades de sus clientes; puesto que va a generar que tengan más oportunidades de crear restaurantes novedosos ,diferenciándose de sus competencias en temas de calidad de servicio, el buen sabor y sazón de los platos ofrecidos y así seguir permanentes en el mercado competitivo.

Gestión de calidad:

Son técnicas administrativas que busca lograr beneficios, tanto como para el cliente, el personal y la organización, pues pretende mejorar la eficacia garantizando la satisfacción del clientes y en el logro de los resultados de toda la organización.

Atención al cliente:

Es una herramienta útil y eficaz que una organización brinda para diferenciarse de sus competidores con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. Puesto que cada vez los clientes son más exigentes, ya no solo buscan precio y calidad, también, buscan una buena atención, un ambiente agradable, un trato personalizado. Muchas veces cuando un cliente queda insatisfecho por la atención brindada, es probable que hable o cuente experiencias malas vividas en ese establecimiento y es ahí donde se pierde la relación con el cliente incluso con nuevos clientes.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Nicolás Garatea en el distrito de Nuevo Chimbote, 2016 no se planteó hipótesis por tratarse de un tipo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de investigación

Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL-TRANSVERSAL-DESCRIPTIVO.

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Fue transversal porque el estudio de investigación de “Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, 2016”, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado donde se tuvo un inicio y un fin.

Fue descriptivo porque solo se describió características relevantes de las variables Gestión de calidad y Atención al cliente en su contexto las cuales son las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del Distrito de Nuevo Chimbote Urbanización Nicolás Garatea, 2016.

4.2. La población y muestra

Población: La Población del estudio está conformada por 23 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

Muestra: Se utilizó una muestra de 08 micro y pequeñas empresas, debido a que no siempre se cuenta con la disponibilidad de todos los propietarios o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Nicolás Garatea del distrito de Nuevo Chimbote, 2016.

4.3 Definición y Operacionalización de la variable

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Son personas emprendedoras, con una edad determinada que tienen una idea de negocio que deciden llevarla a cabo y así obtener beneficios.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años 	Razón
		Género	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Educación básica - superior universitario - Superior no universitario (técnico) 	Ordinal
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador 	Nominal
		Años que desempeña el cargo	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años 	Razón

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Microempresas	Son pequeños negocios pero con grandes deseos de salir adelante generando puestos de trabajo a otras personas.	Años de funcionamiento	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años 	Razón
		N° de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • 01 a 05 trabajadores • 06 a 10 trabajadores • 11 a más trabajadores 	Cuantitativa
		Los trabajadores son personas familiares o no familiares	<ul style="list-style-type: none"> • Familiares • Personas no familiares 	Nominal
		Objetivo de la creación de la Micro y pequeña empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Generar ganancias • Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad en atención al cliente	Son técnicas administrativas que buscan lograr beneficios, tanto como para el cliente, el personal y la organización, pretende mejorar la eficacia, garantizando la satisfacción de toda la organización, y la atención al cliente es una herramienta útil y eficaz que una organización brinda para diferenciarse de sus competidores con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.	Técnicas administrativas	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora continua - Capacitaciones - Marketing - Atención al cliente - Etc. 	Nominal
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> - Cliente: Recibe servicios oportunos, eficientes y de calidad. - Personal: Aumenta el grado de satisfacción en sus actividades diarias. - Organización :Mejora el clima organizacional 	Nominal
		Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> - Buena - Mejorable - Mala 	Nominal
		Herramienta útil y eficaz	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Competencia	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar una buena atención al cliente es considerada como una estrategia de la competencia 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para realizar este informe de investigación la técnica que se utilizó, para recolectar información para la investigación fue: La encuesta, porque es una técnica destinada a recopilar datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, para ello se utilizó el cuestionario, un instrumento que consiste en una serie de preguntas con el fin de obtener información que interesan en una investigación el cual está estructurado por 18 preguntas, lo cual contenía 05 preguntas sobre los representaste legales ,04 preguntas sobre micro y pequeñas empresas,09 preguntas referidas a la variable gestión de calidad en atención al cliente.

4.5. Plan de análisis

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas: el programa Excel el cual permitió llevar a cabo las tabulaciones, la elaboración de las tablas y figuras. El programa de Word se utilizó para desarrollar la redacción digital de la tesis y el programa de Pdf lo cual permitió leer archivos digitales desde la biblioteca virtual y asimismo presentar el trabajo de investigación final.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnica y instrumento
<p>Enunciado ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urb. Nicolás Garatea, del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016?</p>	<p>General: Determinar son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urb. Nicolás Garatea, del Distrito de Nuevo Chimbote ,2016</p> <p>Específico: -Describir las principales características de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.</p> <p>-Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro Restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016.</p>	<p>Gestión de calidad en atención al cliente</p>	<p>Población La Población del estudio está conformada por 23 Micro y pequeñas empresas.</p> <p>Muestra: Fue una muestra dirigida Porque solo se trabajó con 08 micro y pequeñas empresas.</p>	<p>Tipo y Nivel de la investigación: Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL-TRANSVERSAL-DESCRIPTIVO. Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables. Fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado donde se tuvo un inicio y un fin. Fue descriptivo porque solo se describió características relevantes de las variables Gestión de calidad y Atención al cliente en su contexto las cuales son las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del Distrito de Nuevo Chimbote Urbanización Nicolás Garatea, 2016.</p>	<p>Técnica La técnica que se utilizó, para recolectar información para la investigación fue: La encuesta, porque es una técnica destinada a recopilar datos.</p> <p>Instrumento El instrumento que se utilizó para registrar la información fue: El cuestionario,</p> <p>Plan de análisis Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizaron los siguientes</p>

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumento
	-Describir las principales características de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurantes de la Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016				programas: el programa Excel, Word, pdf.

4.7 Principios éticos

La presente investigación no tiene ningún impacto negativo sobre la sociedad, se reconoce que toda la información utilizada ha sido para fines académicos.

El trabajo de investigación, se ha elaborado con absoluta confiabilidad, ya que se ha utilizado información de datos reales de autores que nos garantizan la fiabilidad de su elaboración y no es una copia de otras tesis, que representan la seguridad de la información plasmada.

El presente trabajo de investigación se ha elaborado respetando a la persona humana, estatus social, raza y creencias religiosas; sin dañar susceptibilidades, pensando en los conocimientos que se puedan adquirir de esta elaboración y el bienestar de cada una de las personas.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes, Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016

Datos generales:	n	%
Edad (años)		
18 – 30	0	0.00
30 – 50	6	75.00
50 a más	2	25.00
Total	8	100.00
Género		
Masculino	4	50.00
Femenino	4	50.00
Total	8	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	3	37.00
Superior no universitaria	3	38.00
Superior universitaria	2	25.00
Total	8	100.00
Cargo		
Dueño	7	87.00
Administrador	1	13.00
Total	8	100.0
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 5 años	5	62.00
5 a 10 años	0	0.00
10 a más años	3	38.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes, Urb. Nicolás Garatea el Distrito de Nuevo Chimbote, 2016”

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes, Urb. Nicolás Garatea el Distrito de Nuevo Chimbote, 2016”

De la empresa:	n	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 5 años	5	62.00
5 a 10 años	0	0.00
10 a más años	3	38.00
Total	8	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 años	8	100.00
5 a 10 años	0	00.00
11 a más trabajadores	0	00.00
Total	8	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son:		
Familiares	5	62.00
No familiares	3	38.00
Total	8	100.00
Objetivo de creación		
Generar Ganancia	6	75.00
Subsistencia	2	25.00
Total	8	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes, Urb. Nicolás Garatea el Distrito de Nuevo Chimbote, 2016”

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes, Urb. Nicolás Garatea el Distrito de Nuevo Chimbote, 2016”

Gestión de Calidad en atención al cliente:	n	%
Importancia de brindar un servicio de calidad		
Si	8	100.00
No	0	0.00
Total	8	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	6	75.00
La evaluación	1	12.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Ninguno	1	13.00
Total	8	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes		
Buena atención	2	25.00
Productos de calidad	0	0.00
Precios bajos	0	0.00
Atiende a sus expectativas	0	0.00
Todas	6	75.00
Otras	0	0.00
Total	8	100.00
La gestión de calidad contribuye a :		
Mejorar el rendimiento del negocio	1	12.00
Alcanzar los objetivos y metas trazadas	0	0.00
Aumentar la satisfacción	7	88.00
Total	8	100.00

Continúa...

Gestión de calidad en Atención al cliente	n	%
Conoce el termino atención al cliente		
Si	8	100.00
No	0	0.00
Total	8	100.00
La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento		
Si	8	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	8	100.00
La atención que brinda a los clientes es		
Buena	6	75.00
Regular	2	25.00
Malo	0	0.00
Total	8	100.00
La empresa es eficiente		
Calidad en el producto	0	0.0
Una buena atención	1	12.0
Cuando da solución a los reclamos	0	0.0
Todas las anteriores	7	88.0
Total	8	100.0
La atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado		
Si	8	100.0
No	0	0.0
Total	8	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes, Urb. Nicolás Garatea el Distrito de Nuevo Chimbote, 2016”

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1: Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes, Urbanización Nicolás Garatea del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016

El 75% de los representantes tienen de 30 a 50 años. Esto coincide con los resultados de Antúnez (2016), donde obtuvo como resultado que el 72% tienen una edad entre 31-50 años de edad, a su vez con los resultados de Sánchez (2014) quien menciona que tienen edades de 30 y 40 años, asimismo con el resultado de Ríos (2015) manifiesta que el 35% tienen entre de 35 y 44 años, así también con los resultados de Hernández (2015) donde menciona que el 40% tienen una edad entre los 30 y 40 años, y coincide con los resultados de Cruzado (2015) quien menciona que el 60% de los empresarios tienen 36 y 43 años de edad. Pero contrasta con los resultados de Luna (2016) indica que los representantes tienen una edad entre 18 a 30 años. Esto refleja que la mayoría de los establecimientos están encaminadas y formadas por personas de 30 a 50 años de edad, que ven oportunidades donde otros no la ven, personas optimistas con actitud de superarse cada día más y asumen riesgos debido a la experiencia en el mercado.

El 50% son de género femenino. Esto coincide con los resultados de Cruzado (2015) donde menciona que el 65% de los representantes legales encuestados son de sexo femenino, asimismo con el resultado de Hernández (2015) donde el 66.67% son mujeres. Pero contrasta con los resultados de Luna (2016) señala que el 60.9% son de sexo masculino, a su vez con los resultados de Sánchez (2014) donde el 80% son masculinos y finalmente con los resultados de Antúnez (2016) quien menciona que el 63,6% son de género masculino. Esto evidencia que en la actualidad se viene dando un cambio es decir ahora son las mujeres quienes emprenden su propio negocio demostrando sus capacidades y habilidades para dirigir una empresa.

El 38 % cuentan con estudios superiores no universitarios. Esto coincide con el resultado de Cruzado (2015) quien menciona que el 75% de los empresarios tienen el grado de instrucción Superior no Universitaria, así también con los resultados de Antúnez (2016) que indica que el 45,5% tienen un grado de instrucción superior, por consiguiente con el resultado de Sánchez (2014) donde manifiesta que el 40% tiene estudios Superiores Completos. Pero contrasta con el resultado de Luna (2016) menciona que el 47.8% tiene un grado de instrucción universitaria, también con los resultados obtenidos por Ríos (2015) que manifiesta que el 60% tiene un grado de instrucción superior universitaria completa y finalmente con el resultado de Hernández (2015) manifiesta que el que el 53.33% tienen secundaria completa. Esto evidencia que los representantes, en su momento supieron aprovechar oportunidades, actualmente gozan en base de su esfuerzo y sacrificio de lo que lograron proponerse, son personas que actualmente van innovando para así tener nuevos conocimientos para hacer crecer su negocio.

El 87% de los representantes son dueños, esto muestra que la mayoría son dueños de los negocios asumen los riesgos y saben mantener a su empresa .

El 62% tienen de 0 a 5 años desempeñando el cargo, esto coincide con el resultado de Ríos (2015) señala que tienen de 5 a 7 años desempeñando el cargo y contrasta con el antecedente de Sánchez (2014) donde indica que el 50% tienen más de un año en cargo. Esto explica que los representantes de las micro y pequeñas empresas ya tienen más de 5 años desempeñando su cargo en el negocio.

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio - Rubro Restaurantes, Urb. Nicolás Garatea el Distrito de Nuevo Chimbote, 2016”

El 62% de los negocios tienen de 0 a 5 años de permanencia en el rubro. Este resultado coincide con lo obtenido de Luna (2016) indica que el 43,5% tienen 3 años en actividad, asimismo con el antecedente de Antúnez (2016) donde menciona que el 68,2%, tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. Pero contrasta con el resultado de Ríos (2015) manifiesta que el tiempo de permanencia es de 5 a 7 años. Esto demuestra que los negocios

ya tienen más de 5 años en el mercado competitivo, demostrando así la perseverancia continua, son ellos los que están mejorando e innovando para sacar adelante la empresa.

El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, este resultado coincide con lo obtenido de Luna (2016) indica el 65,2% de las Mypes tiene de 1 a 5 trabajadores, así también coincide con el resultado de Cruzado (2015) manifiesta que el 60 % de empresas tienen 2 y 5 trabajadores y finalmente con el resultado de Antúnez (2016) que manifiesta que el 63,6% de los negocios tienen de 1 a 5 trabajadores. Esto evidencia que la totalidad tienen de 1 a 5 trabajadores laborando en la empresa debido que tener el capital humano se traduce en mayor productividad así también el trabajo se realiza en equipo, y posibilita la comunicación para llevar a cabo el objetivo del negocio.

El 62% de los negocios que laboran son familiares. Este resultado coincide con lo obtenido de Antúnez (2016) donde manifiesta que el 45,5% al contratar a su personal prefiere dar la oportunidad de trabajo a sus familiares. Cabe resaltar que las personas que trabajan en los negocios son familiares, por cuanto existe la confianza, puesto que podrán estar seguros de sus buenas intenciones, porque tienen una visión clara y en lo que hará que esto haga crecer el negocio.

Nos indica que el 75% de los negocios son creadas para generar ganancias. Este resultado concuerda con lo obtenido de Ríos (2015) donde nos menciona el 45% representa motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos. Esto evidencia que actualmente las empresas son creadas para generar ganancias e invertir con la finalidad de hacer crecer el negocio.

Tabla 3: Características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio - Rubro Restaurantes, Urb. Nicolás Garatea el Distrito de Nuevo Chimbote, 2016”

El 100% de los representantes, Si cree que es importante brindar un servicio de calidad, el cual este resultado coincide con obtenido de Ríos (2015) el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y con el antecedente de Luna (2016) donde resalta que el 60,9% de los encuestados aseguran que aplican una gestión de calidad. Esto demuestra que actualmente los negocios, consideran que es necesario brindar un servicio de

calidad puesto que esto garantiza la satisfacción total y cubre las expectativas de los clientes.

El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento del personal, este resultado contrasta con lo obtenido de Luna (2016) indica que el 78,3% realiza capacitaciones orientadas al servicio y así también con el resultado obtenido de Antúnez (2016) señala que el 40,9% usa la mejora continua como técnica de gestión en su negocio. Entonces en los negocios se vienen utilizando diversas técnicas con el fin de medir el rendimiento de su personal de tal forma esto ayudara a determinar si las cosas se están haciendo de manera correcta, en caso contrario, detectar a tiempo errores e ineficiencias y corregirlas con el fin de poder alcanzar objetivos de la empresa.

El 75% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes brindando una buena atención. Este resultado coincide con lo obtenido de Ríos (2015) el 50% afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención. Es muy importante que los establecimientos brinden una buena atención y un servicio de calidad, porque permitirá la satisfacción del cliente y por ende fidelización, lo que contribuye a obtener rentabilidad y éxito a un largo plazo.

El 88% manifiesta que la gestión de calidad contribuye a aumentar la satisfacción de los clientes. Este resultado contrasta con lo obtenido de Ríos (2015) indica que el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad y así también con el resultado de Antúnez (2016) que manifiesta que el 59,1% al brindar una atención de calidad contribuye en un aumento de ventas para el negocio. Esto determina que la mayoría absoluta piensan que la gestión de calidad contribuye a aumentar la satisfacción de los clientes.

El 100% de los representantes legales, si conocen el término atención al cliente. De modo que los negocios tienen en claro sobre la importancia de la atención al cliente, puesto que cada vez es más importante para las empresas que sus clientes tengan una buena experiencia de su producto o servicio que ofrece, para conseguir su fidelidad.

El 100% de los representantes legales manifiestan que la atención al cliente si es fundamental para este regrese nuevamente al establecimiento. Esto determina que los establecimientos se vean preocupados en hacer que la experiencia del cliente sea un poco mejor cada día, brindándole así un servicio donde pueda atender sus expectativas en el momento adecuado.

El 75% de los representantes de los negocios mencionaron que la atención que brinda a sus clientes es buena. Estos resultados coinciden con lo obtenido de Ríos (2015) manifiesta que el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado y finalmente con los obtenido de Hernández (2015) indica que el 62.5 % de los clientes indicaron que la calidad del restaurant es buena. Actualmente las micro y pequeñas empresas vienen mejorando en lo que respecta a la atención que brinda ya que los clientes ya no solo necesitan que el servicio se adecue a sus necesidades sino también que sean las empresas quienes se interesen en ellos.

El 88% de los representantes de estos negocios creen que la empresa es eficiente cuando hay calidad en el producto, cuando da solución a los reclamos y cuando brindar una buena atención sus clientes. Asimismo, el 12 % manifiestan que la empresa es eficiente solo cuando brinda una buena atención. Esto indica que hoy en la actualidad se sigue creyendo que la empresa es eficiente cuando se dan todas estas alternativas.

El 100% de los encuestados manifestaron que si creen que la atención al cliente si permite que la el negocio se posicione en el mercado. Cada vez los negocios se preocupan por brindar una buena atención a sus clientes, buscan que su producto o servicio estén bien posicionados en la mente de sus consumidores para ser líderes en su rubro y así los clientes la elijan nuevamente.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, la mayoría absoluta de las personas que trabajan en sus negocios son familiares, el objetivo de su creación es para generar ganancias, tienen una edad de los 30 a 50 años, desempeñan el cargo de dueños y llevan desempeñando el cargo de 0 a 5 años. La mayoría relativa son de género femenino y masculino y cuentan con estudios superiores no universitarios.

La totalidad de los representantes legales si cree que es importante brindar un servicio de calidad, y la mayoría absoluta utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento del personal, aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes brindando una buena atención, manifiestan que la gestión de calidad contribuye a aumentar la satisfacción de los clientes.

La totalidad si conocen el termino atención al cliente, manifiestan que la atención al cliente si es fundamental para este regrese nuevamente al establecimiento, manifestaron que si creen que la atención al cliente si permite que la el negocio se posicione en el mercado y la mayoría absoluta mencionaron que la atención que brinda a sus clientes es buena, creen que la empresa es eficiente cuando hay calidad en el producto, cuando da solución a los reclamos y cuando brindar una buena atención sus clientes

RECOMENDACIONES:

Invertir para mejorar el servicio, esto se debe a que las mismas dueñas son quienes atienden y no se abastecen con los clientes, así también el espacio es muy reducido, y las quejas constantes sobre la demora del producto, por lo tanto, deben encontrar alternativas de solución, como el incremento de personal.

Utilizar un servicio de calidad ya que es una parte fundamental para alcanzar el éxito, el grado de satisfacción que experimenta un cliente depende de la atención que le brindan. A su vez debe cumplir con las necesidades y expectativas de sus clientes porque ellos son lo más importante en el negocio y son ellos quien determina que tan bueno es el servicio ofrecido.

Brindar una buena atención a los cliente es una cuestión clave, sabemos que los clientes son la fuente de ingreso del negocio, siempre debemos ofrecer un servicio y una comida de calidad, conseguir la satisfacción del cliente y a su vez la fidelización para que vuelvan nuevamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

Aguilar, N. D. (23 de 4 de 2014). En la Pyme: Productividad y Competitividad, un reto posible desde la prevención. Recuperado de <https://www.arlsura.com/index.php/component/content/article?id=252:-sp-5693>

Altuzarra M. (2005) La atención al cliente. Recuperado el 5 de Octubre del 2016 http://www.portaldocomerciante.gal/Archivos/ArchivosImpBiblioteca/atencion_cliente.pdf

Antúnez (2017) Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing estratégico en las micro y pequeñas empresas en el sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huarney, año 2017. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000048204>

Brown. (2007). La Gestion de la atencion al cliente.:Madrid: ES: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=8479780339>

Cruzado (2015) Caracterización de la calidad del servicio y caracterización en la fidelización de los clientes en las mypes del sector servicios - rubro restaurantes del distrito de Moche, año 2014. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037815>

Cabello, T. (30 de 10 de 2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas. Recuperado de <file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequeenasYMedianasEmpresasEnEID-5157875.pdf>

Ecuador – 2013 FAD – CEPAM, 2013. Manual de Atención Al Cliente. Proyecto “Estrategias socioeconómicas sostenibles para la igualdad de oportunidades de las y

los jóvenes de Esmeraldas” Recuperado de
<http://www.fad.es/sites/default/files/Manual%20Atenci%C3%B3n%20Cliente.pdf>

Estrada, W. (2007) Servicio y Atención al Cliente .Recuperado el 5 de Octubre 2016
<http://pmsj-peru.org/wp-content/uploads/2011/12/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf>

Hernández, S. (2014), “Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresa del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú Recuperado
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037811>

Lazo, Y. V. (3 de 05 de 2008). Formación, crecimiento y proyección de las Mypes. Recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos58/formacion-mypes/formacion-mypes2.shtml>

Luna H.(2016) “caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de nuevo Chimbote, 2013” (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Perú Recuperado de
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039880>

Leigue, R. D. (16 de 6 de 2007). Las pymes en bolivia. Recuperado de
<http://www.cilea.info/public/File/12%20Seminario%20Bolivia/1%20-%20RUBIN%20060625%20completo.pdf>

Martínez, J. I(2006) Actualizaciones para el Management y el Desarrollo Organizacional. Recuperado el 5 de Octubre del 2016.
<https://books.google.com.pe/books?isbn=8469036793>

- Ríos C. (2015) “Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037587>
- Sánchez T.(2014)”Gestión de calidad, proceso de selección e influencia en la rentabilidad de las mypes rubro restaurantes- provincia de Trujillo año 2013”(Tesis pregrado) Facultad de administración .Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035621>
- Paulise, L. (11 de 5 de 2015). Factores que fracasan las mypes en Argentina.Recuperado de Copyright 2015 - Telefónica: <http://destinonegocio.com.pe/economia-pe/8-factores-fracasan-90-pyme/>
- Pérez, J. & Merino, M. (2008). Concepto de gestión. Recuperado el 18 de setiembre de <http://definicion.de/gestion/#ixzz4MtkzBi4w>
- Perez, V. (2010) Calidad total en la atención al cliente Ideas propias editorial. Recuperado el 5 de Octubre de 2016 <https://books.google.com.pe/books?isbn=8498393566>
- Vanegas, C. M. (30 de 08 de 2011). Las pymes Venezolanas y competitividad. Recuperado de <http://www.grandespymes.com.ar/2011/08/30/pymes-venezolana-y-competitividad/>
- Vargas (2012) Niveles de servicio al cliente .Recuperado el 06 de Octubre 2016. De <http:///cliente-y-el-servicio.html>

Trujillano (2014) Liderazgo en Gestión de calidad Recuperado el 04 de 02 del 2016 de <http://www.monografias.com/trabajos100/liderazgo-en-gestion-de-calidad/liderazgo-en-gestion-de-calidad.shtml>

ANEXOS

Anexo 01. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Título de la tesis	X														
hoja del jurado	X														
agradecimiento	X														
Dedicatoria	X														
Resumen		X													
Abstract		X													
Contenido		x													
Índice de tablas y figuras			x												
Introducción			x												
II.Revision de la literatura				x											
Antecedentes					x	x									
Bases teóricas							x								
Marco teórico								x							
III.Metodologia									x						
Diseño de Investigación									x						
Población y muestra.									x						
Definición y operacionalizacion									x						
Plan de análisis									x						
Técnicas e instrumentos									x						
Matriz de consistencia										x					
Principios éticos										x					
IV.Resultados											x				
Resultados											x				
Análisis de resultados											x				
V. Conclusiones y recomendaciones												x			
Referencias Bibliografías													x		
Anexos														x	
Presentación de aprobación de tesis															X

Anexo 02. Presupuesto

Concepto	Valor (soles)
Impresión	20.00
Folder manila	2.00
Internet	20.00
Empastado	50.00
Taller de tesis	2,100.00
Pasajes	50.00
Otros	20.00
Total	2,262.00

Financiado: Autofinanciado por el estudiante.

Anexo 03. Sondeo de mercado

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCION	NOMBRE DEL REPRESENTANTE
01	Restaurant “la Casa Emanuel”	Nicolás Garatea Mz 100 Lt10	Castillo Gladys Tarazona
02	Restaurant “Cristhian”	Nicolás Garatea Mz 2 Lt 24	Llican Miguel
03	Restaurant “De mar”	Nicolás Garatea Mz 26 Lt 28	Atilano Izaguirre Elmer
04	Restaurant “Don Lucho Resto Mar”	Nicolás Garatea Mz 54 Lt 2	Padilla Vásquez. Luis
05	Restaurant “Noelia”	Nicolás Garatea Mz 14 Lt 15	Valderrama de Cruzado Edith
06	Restaurant “La Esquinita del Sabor”	Nicolás Garatea Mz 20 Lt 29	Arcela Maza Lucia
07	Restaurant “ La Yapa”	Nicolás Garatea Mz 101 Lt 53	Gómez Pacherras Nélica
08	Restaurant “El Gordo”	Nicolás Garatea Mz 13 Lt 13	Castañeda Peña Eulogio

Anexo 04. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
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 EN ATENCION AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS–RUBRO RESTAURANTES, URB. NICOLAS GARATEA EN EL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2016**”. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

1. 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) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) 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 empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Crees que es importante brindar un servicio de Calidad?

- a) Si
- b) No

11. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

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

12. ¿Cómo aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?

- a) Buena atención
- b) Productos de calidad
- c) Precios bajos
- d) Atiende a sus expectativas
- e) Todas
- f) Otras

12. ¿La gestión de calidad contribuye a?

- a) Mejorar el rendimiento del negocio
- b) Alcanzar los objetivos y metas trazadas
- c) Aumentar la satisfacción de los clientes

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

14. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si
- b) No

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

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

16. La atención que brinda a los clientes es?

- a) Buena
- b) Regular
- c) Mala

17. Cuando cree usted que la empresa es eficiente?

- a) Calidad en el producto
- b) Una buena atención al cliente
- c) Cuando da solución a los reclamos de los clientes
- d) Todas las anteriores

18. ¿Cree Ud. Que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado?

- a) Si
- b) No

Anexo 5. Hoja de tabulación

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1. Edad	18-30	-	0	0.00%
	30-50		6	75.00%
	50 a más años		2	25.00%
TOTAL		8	8	100.00%
2. Género	Masculino		4	50.00%
	Femenino		4	50.00%
TOTAL		8	8	100.00%
3. Grado de instrucción	Sin instrucción	-	0	0.00%
	Primaria	-	0	0.00%
	Secundaria		3	37.00%
	Superior no universitaria		3	38.00%
	Superior universitaria		2	25.00%
TOTAL		8	8	100.00%
4. Cargo que desempeña	Dueño		7	87.00%
	Administrador		1	13.00%
5. Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 5 años		5	62.00%
	5 a 10 años	-	0	0.00%
	10 a más años		3	38.00%
TOTAL		8	8	100.00%
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0-5 años		5	62.00%
	5 a 10 años	-	0	0.00%
	10 a más años		3	38.00%
TOTAL		8	8	100.00%
7. Número de Trabajadores	1 a 5 trabajadores		8	100.00%
	6 a 10 trabajadores	--	0	0.00%
	11 a más trabajadores		0	0.00%
TOTAL		8	8	100.00%

8. Las personas que trabajan en su empresa son:	Familiares		5	62.00%
	No familiares		3	38.00%
TOTAL		8	8	100.00%
9.Objetivo de creación	Generar ganancias		6	75.00%
	Subsistencia		2	15.00%
TOTAL		8	8	100.00%
10.¿ Cree que es importante brindar un servicio de calidad?	Si		8	100.00%
	No	-	0	0.00%
TOTAL		8	8	100.00%
11.¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?	La observación		6	75.00%
	La evaluación		1	12.00%
	Escala de puntuación	-	0	0.00%
	Evaluación de 360°	-	0	0.00%
	Ninguno		1	13.00%
TOTAL		8	8	100.00%
12.¿Cómo aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	Buena atención		2	25.00%
	Productos de calidad	-	0	0.00%
	Precios bajos	-	0	0.00%
	Atiende sus expectativas	-	0	0.00%
	Todas		6	75.00%
	Otras	-	0	0.00%
TOTAL		8	8	100.00%

13. La gestión de calidad contribuye a	Mejorar el rendimiento del negocio		1	12.00%
	Alcanzar los objetivos y metas trazadas	- 	0	0.00%
	Aumentar la satisfacción de los clientes		7	88.00%
TOTAL		8	8	100.00%
14. Conoce el termino al atención cliente	Si		8	100.00%
	No	-	0	0.00%
TOTAL		8	8	100.00%
15. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento ?	Si		8	100.00%
	No		0	0.00%
	A veces		0	0.00%
TOTAL		8	8	100.00%
16. La atención que brinda a los clientes son	Buena		6	75.00%
	Regular		2	25.00%
	Mala	-	0	0.00%
TOTAL		8	8	100.00%

17. Cuando cree usted que la empresa es eficiente	Calidad en el producto	-	0	0.00%
	Una buena atención al cliente		1	12.00%
	Cuando da solución a los reclamos de los clientes	-	0	0.00%
	Todas las anteriores		7	88.00%
TOTAL		8	8	100.00%
18. ¿Cree usted que la atención al cliente permite el Posicionamiento de su empresa en el mercado?	Si		8	100.00%
	No	-	0	0.00%
TOTAL		8	8	100.00%

Anexo 06. Figuras

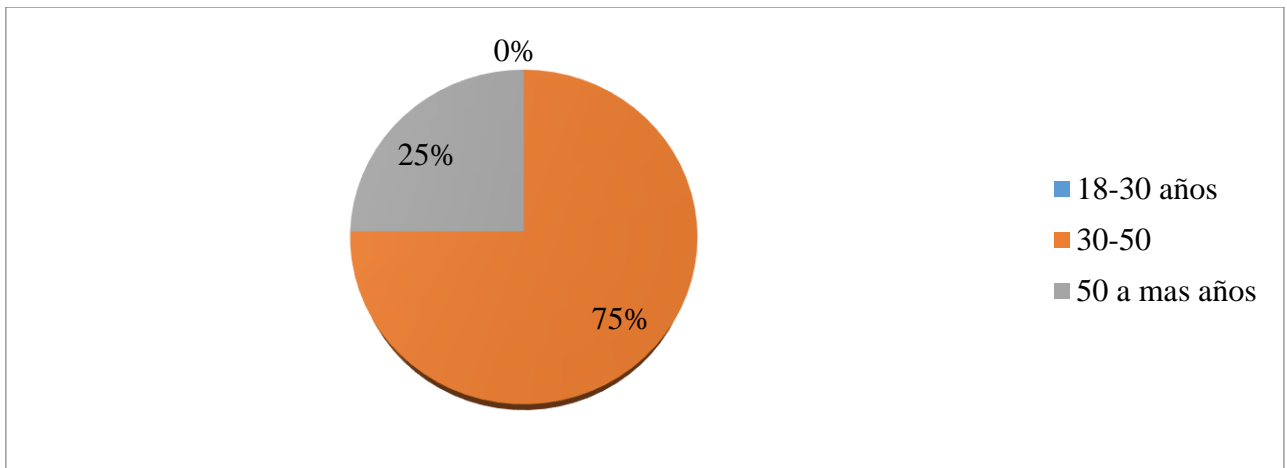


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

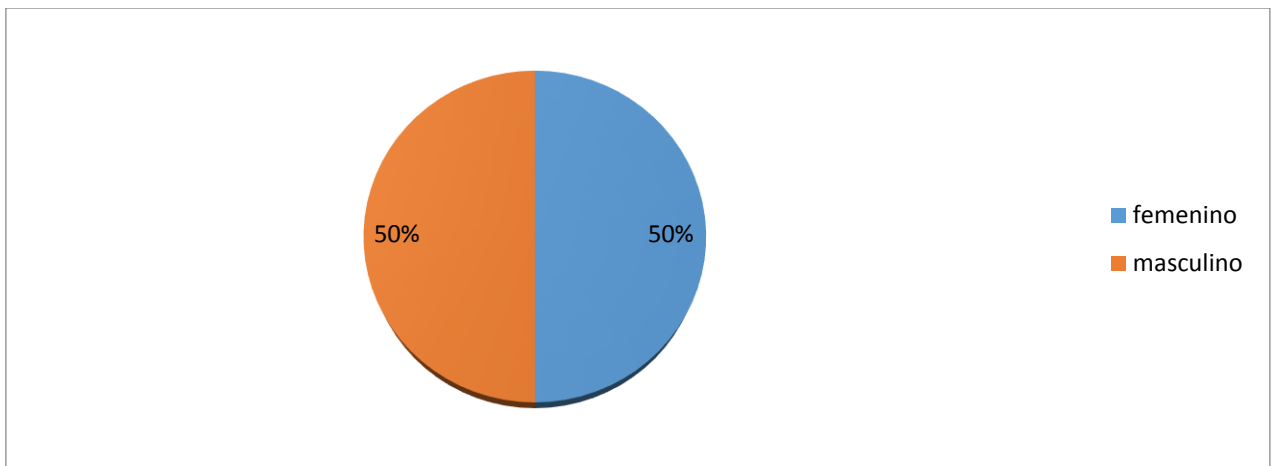


Figura 2. Género del representante

Fuente. Tabla 1

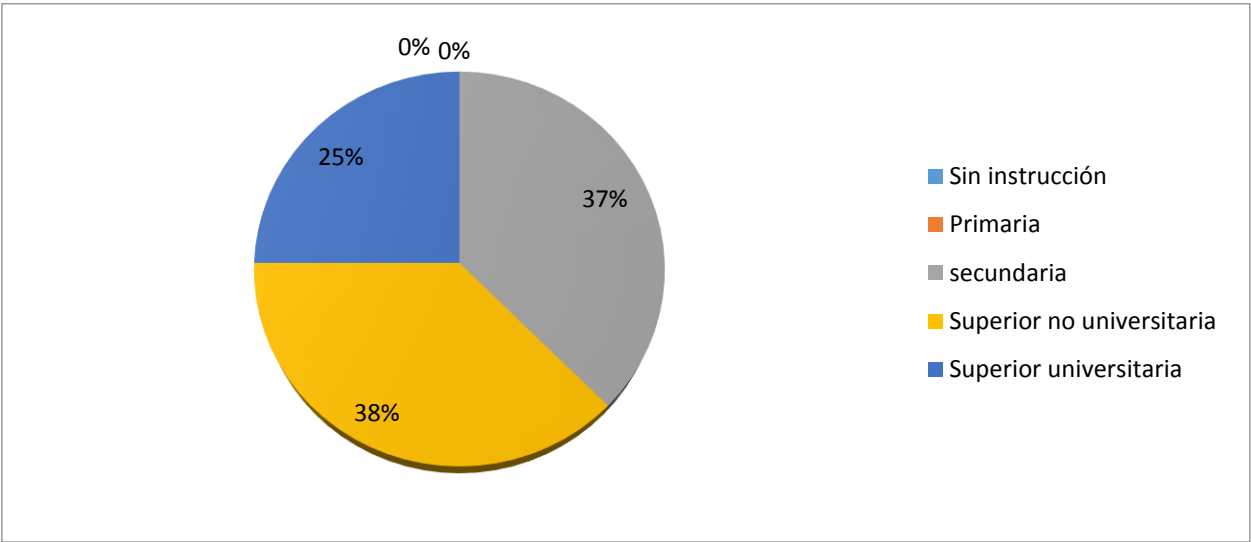


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

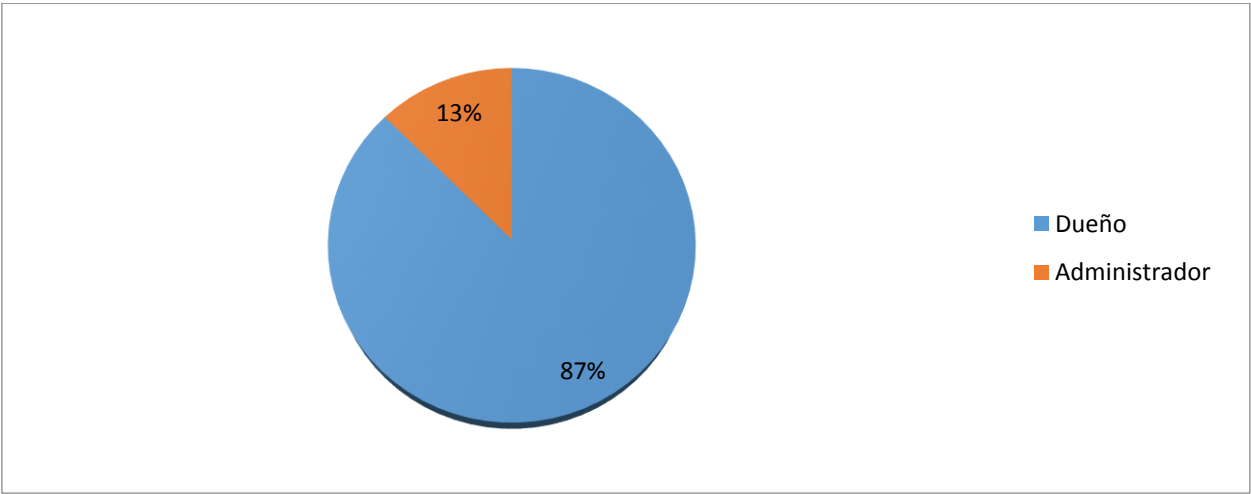


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

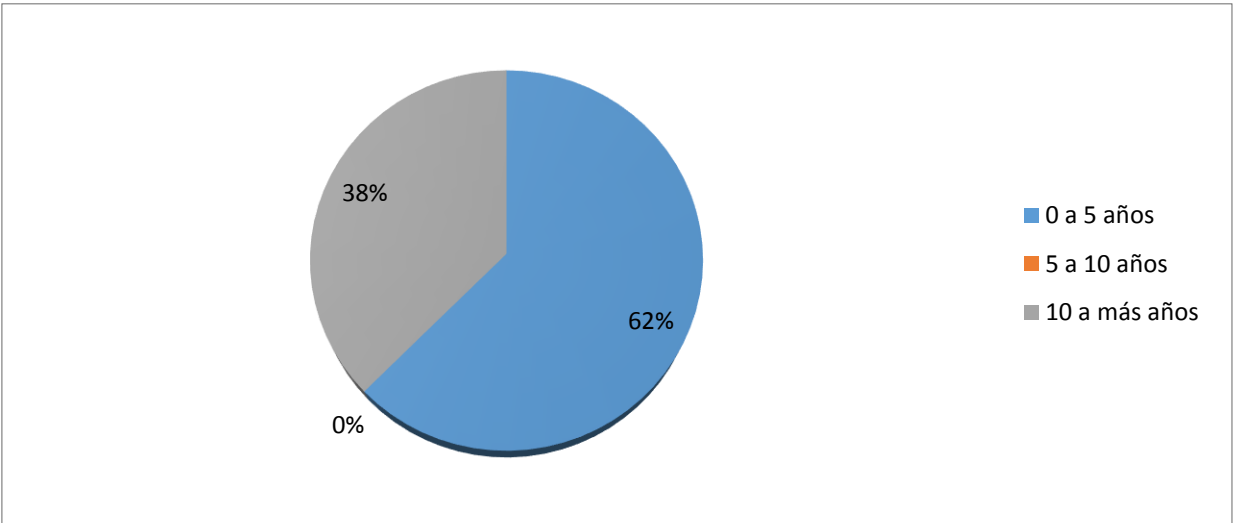


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

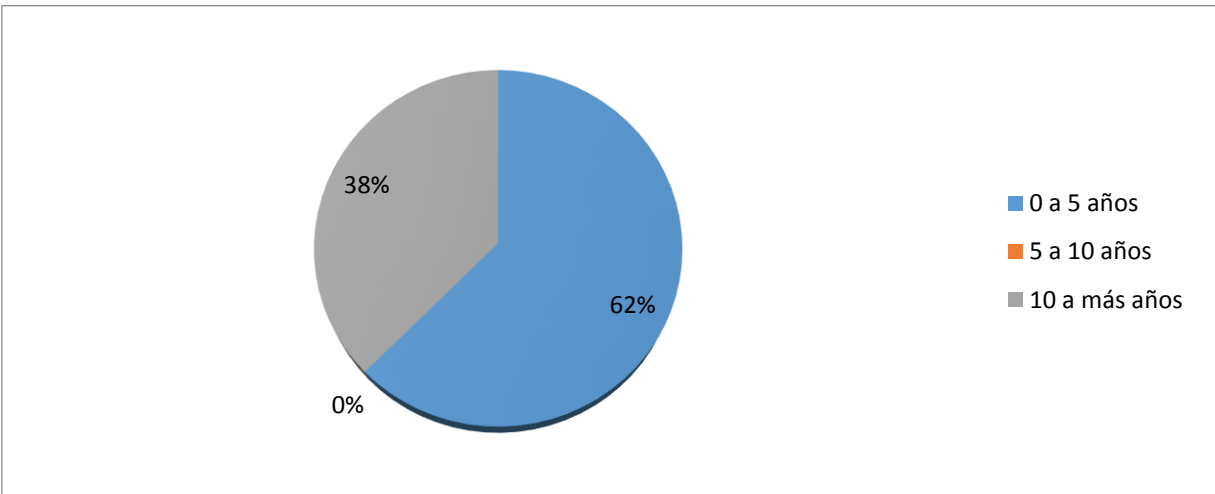


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

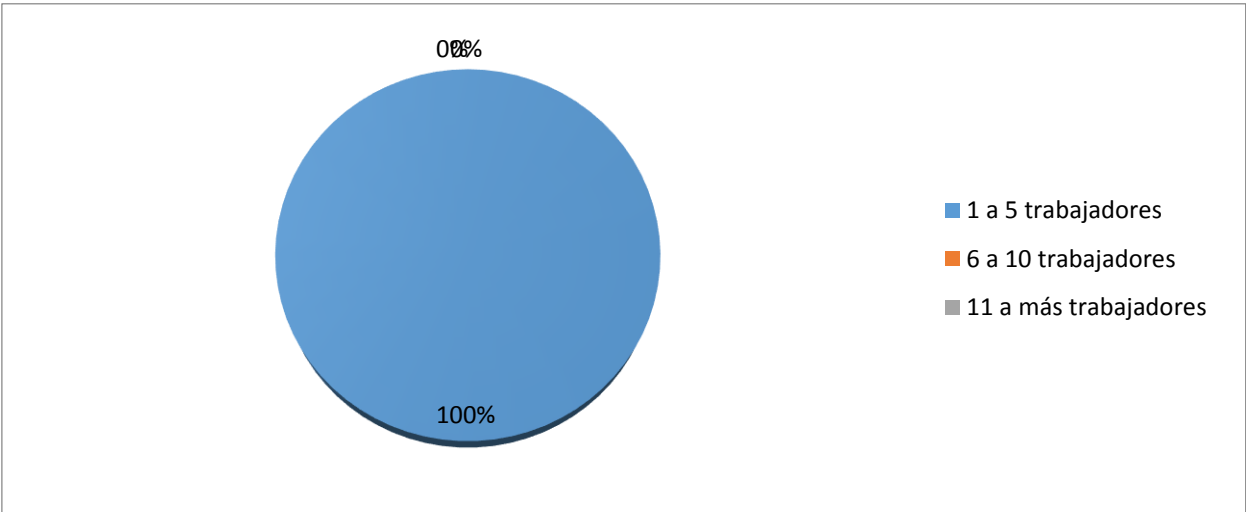


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

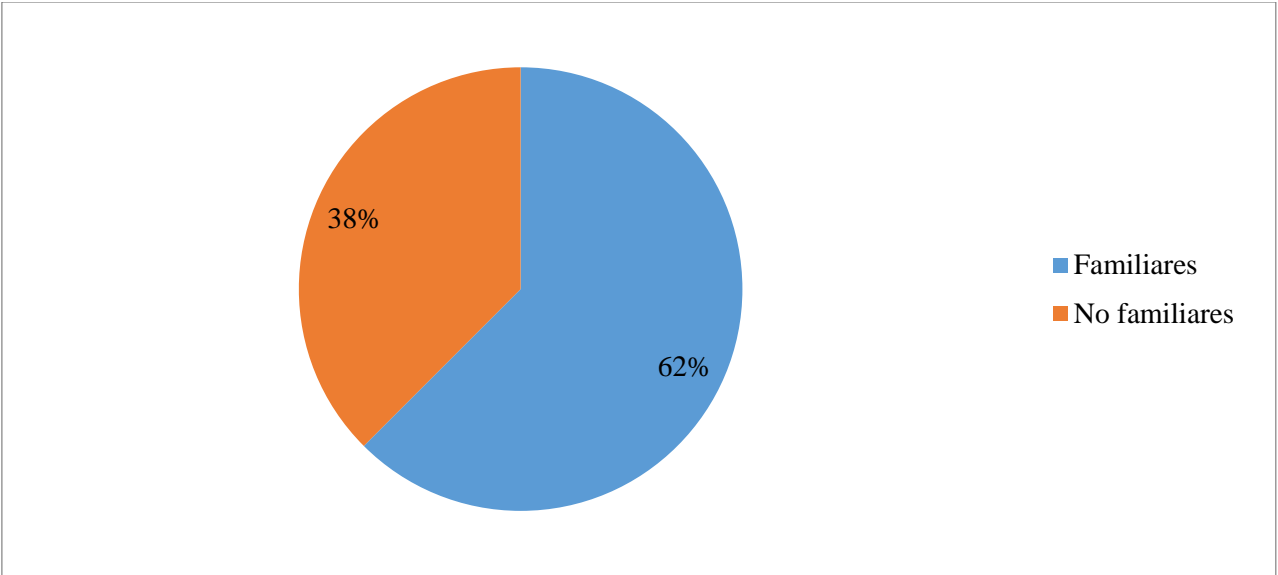


Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son:

Fuente. Tabla 2

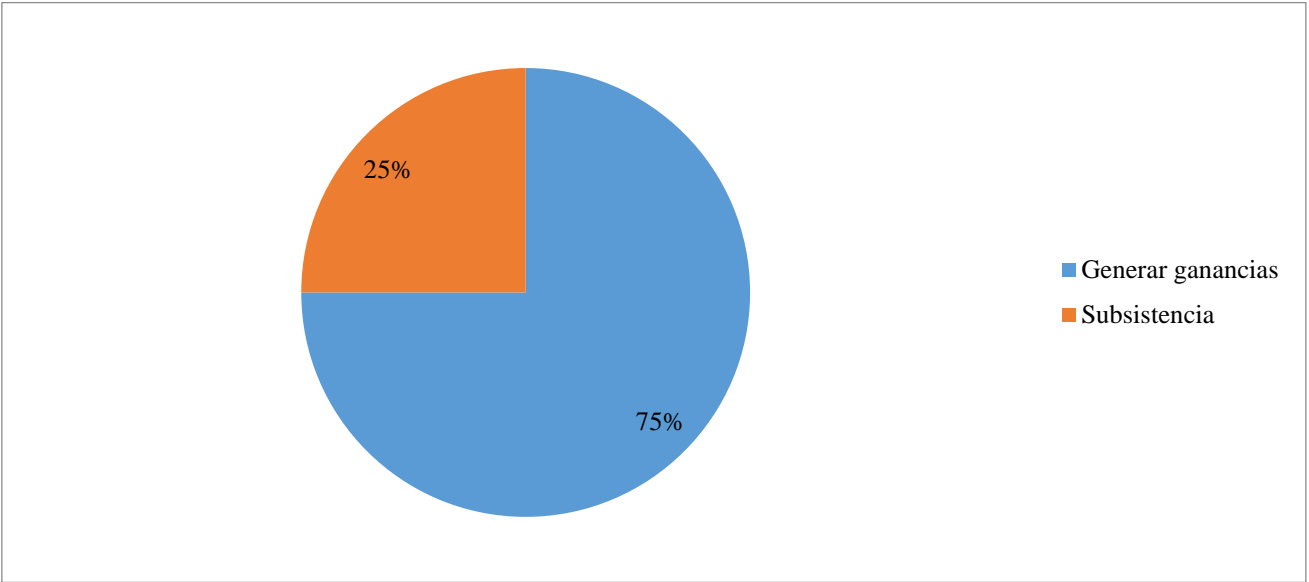


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

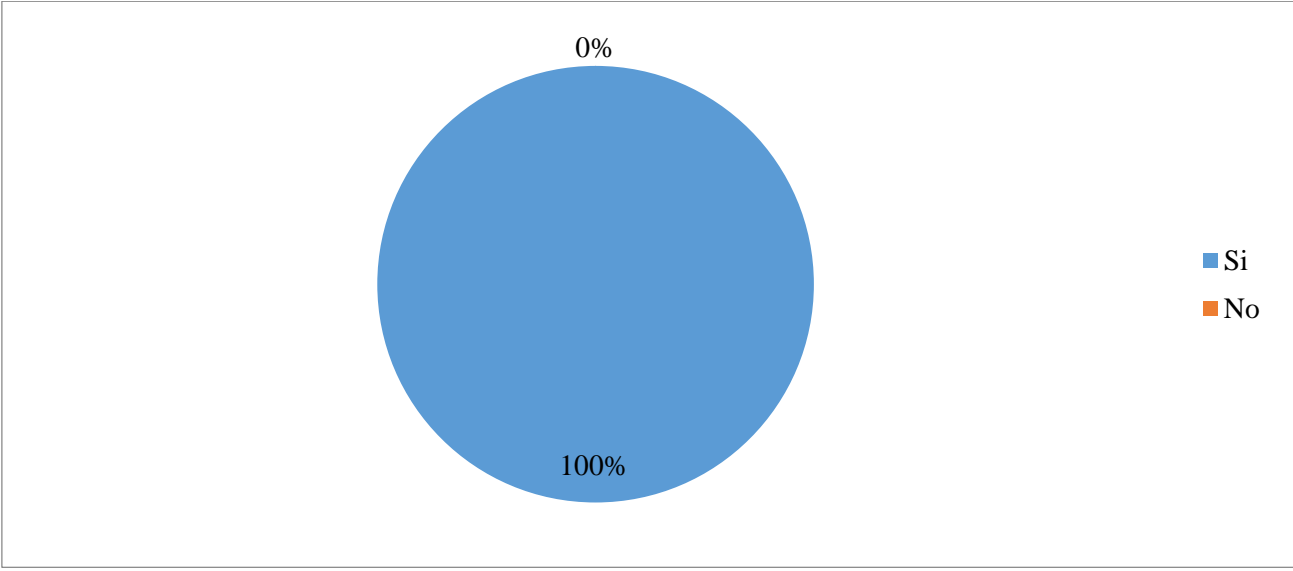


Figura 10. Importancia de brindar un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

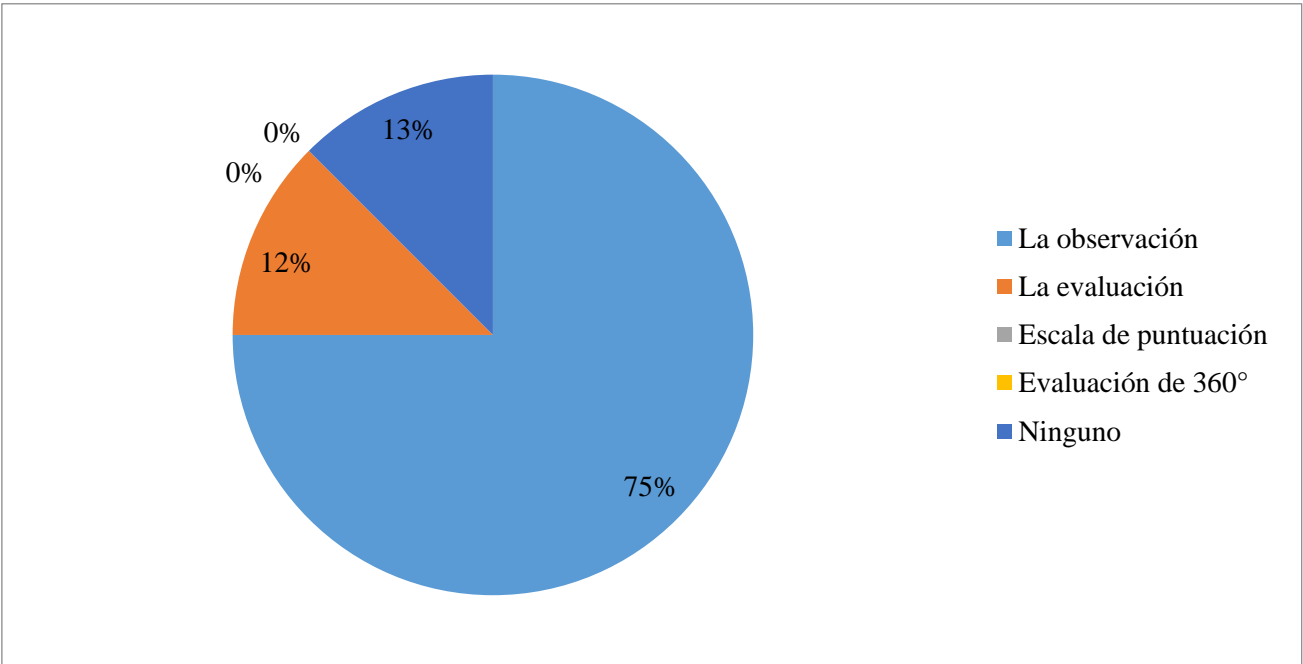


Figura 11. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 3

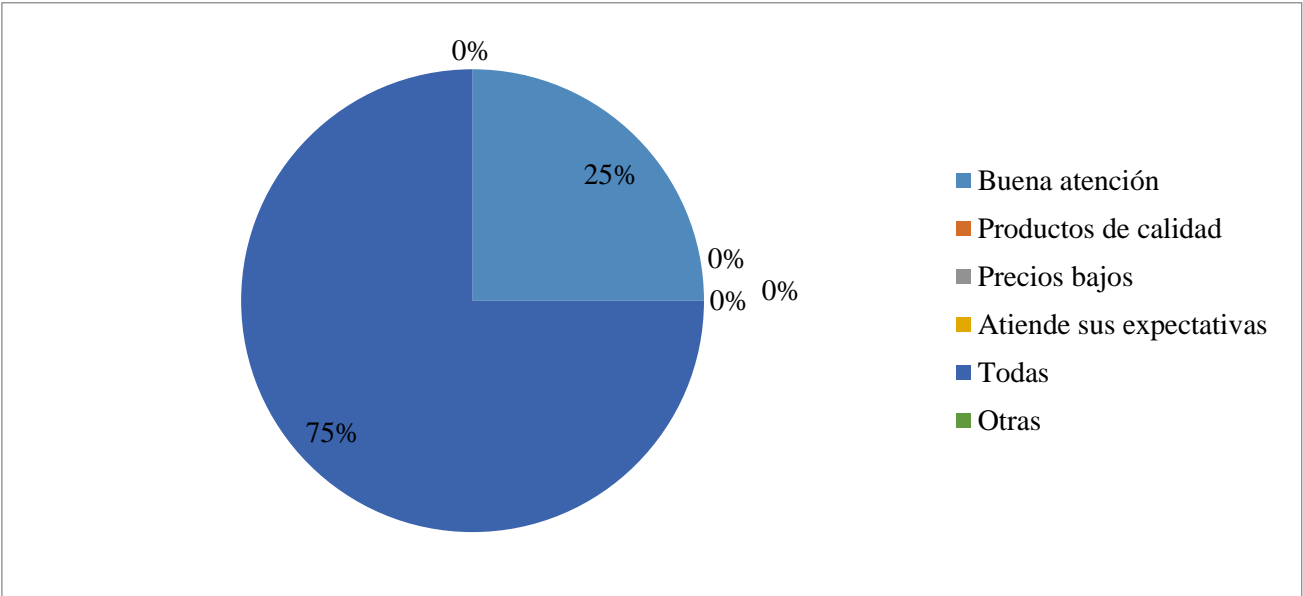


Figura 12: Como aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Tabla 3

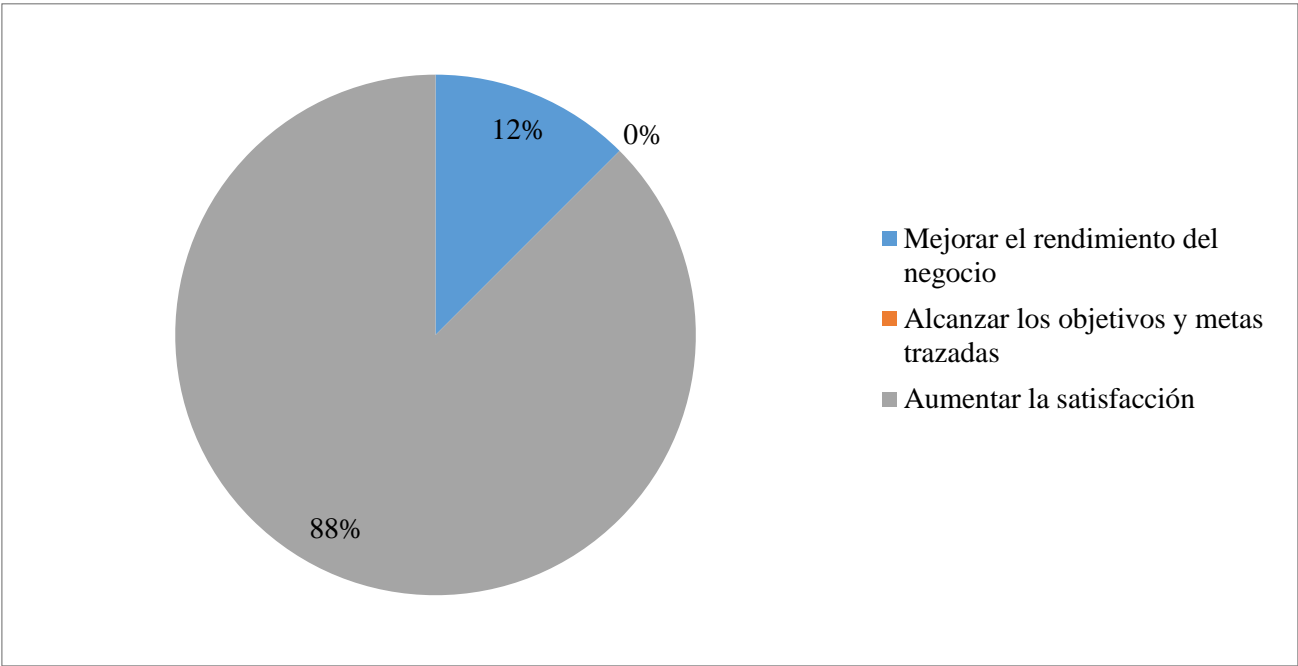


Figura 13. La gestión de calidad contribuye a:

Fuente: Tabla 3

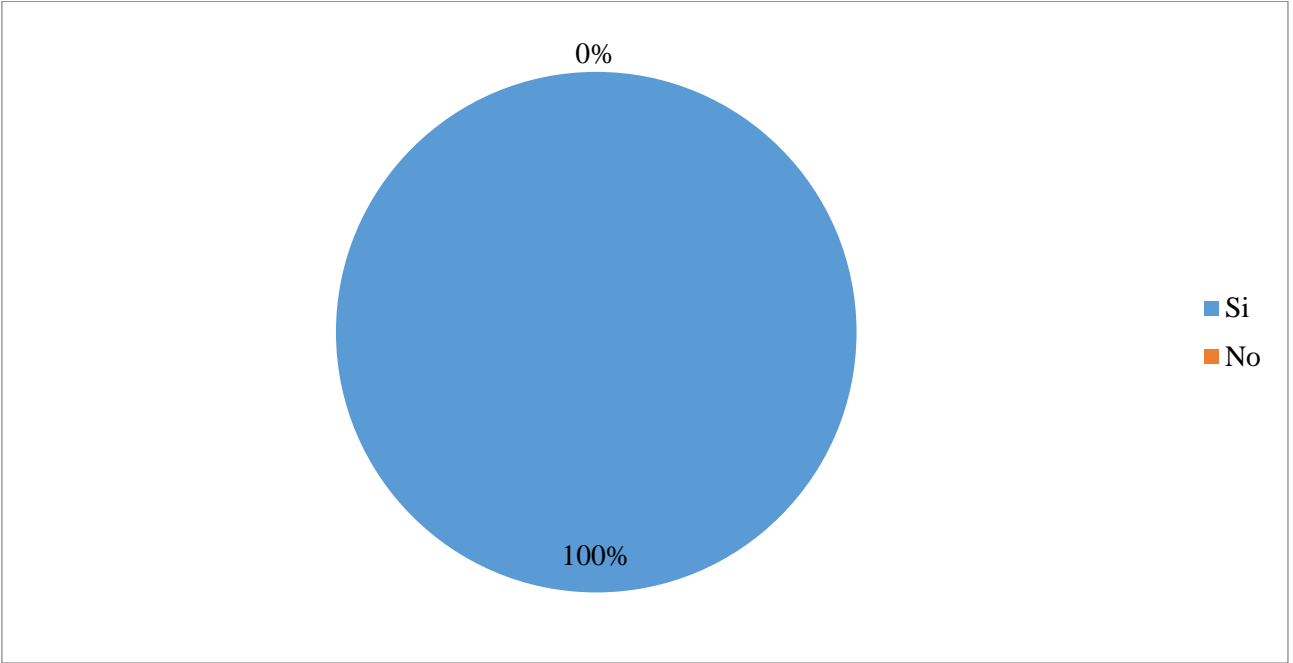


Figura 14. Termino atención al cliente

Fuente: Tabla 3

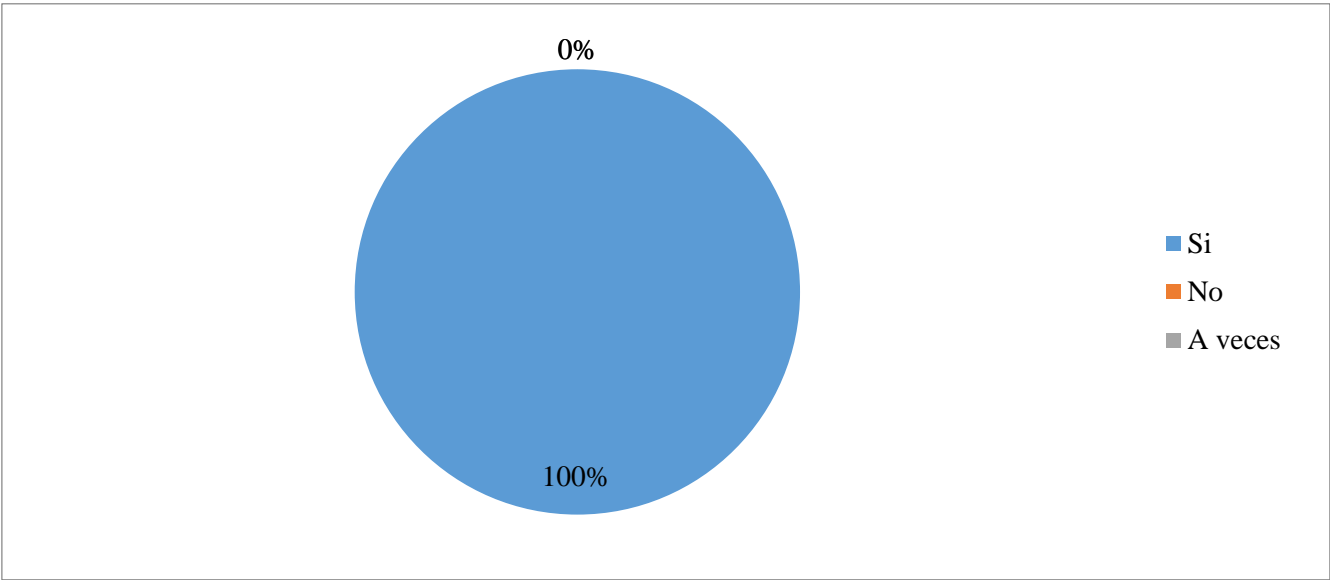


Figura 15. La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento

Fuente. Tabla 3

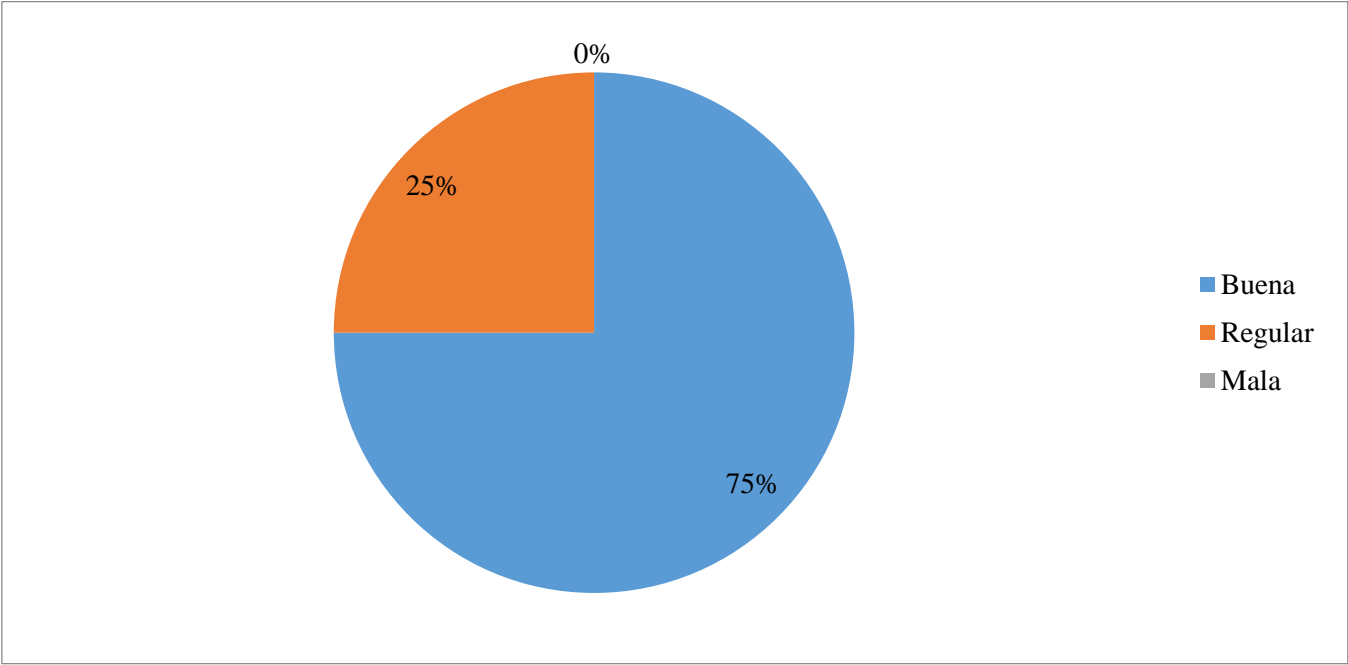


Figura 16. La atención que brinda a los clientes es

Fuente. Tabla 3

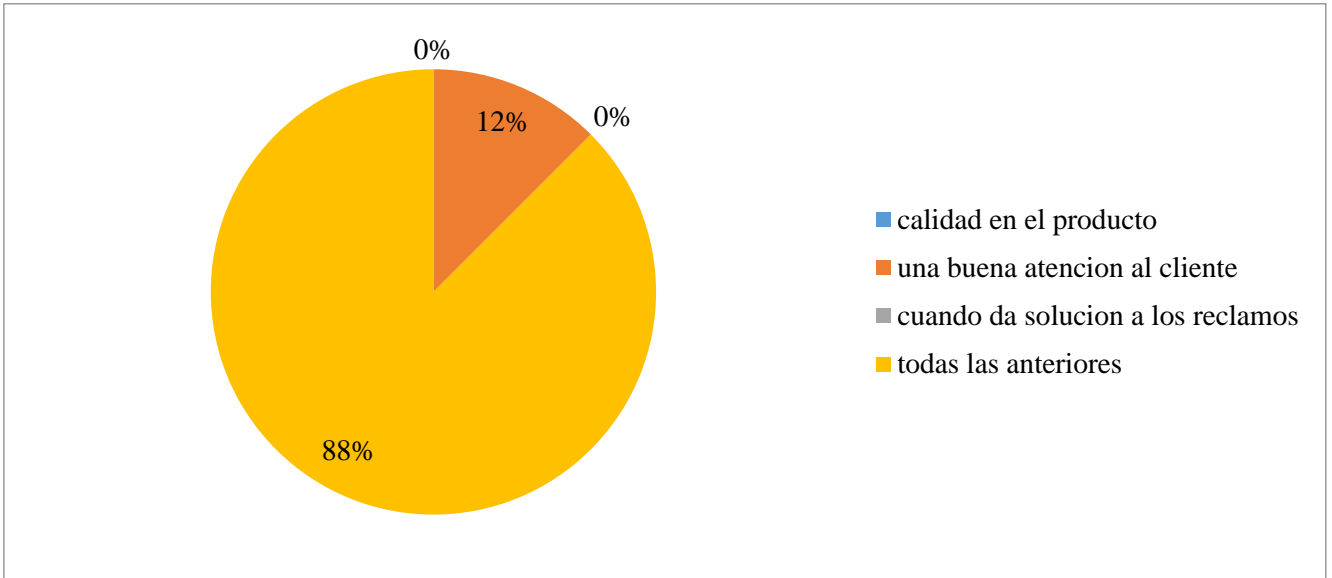


Figura 17. Cuando cree usted que la empresa es eficiente

Fuente. Tabla 3

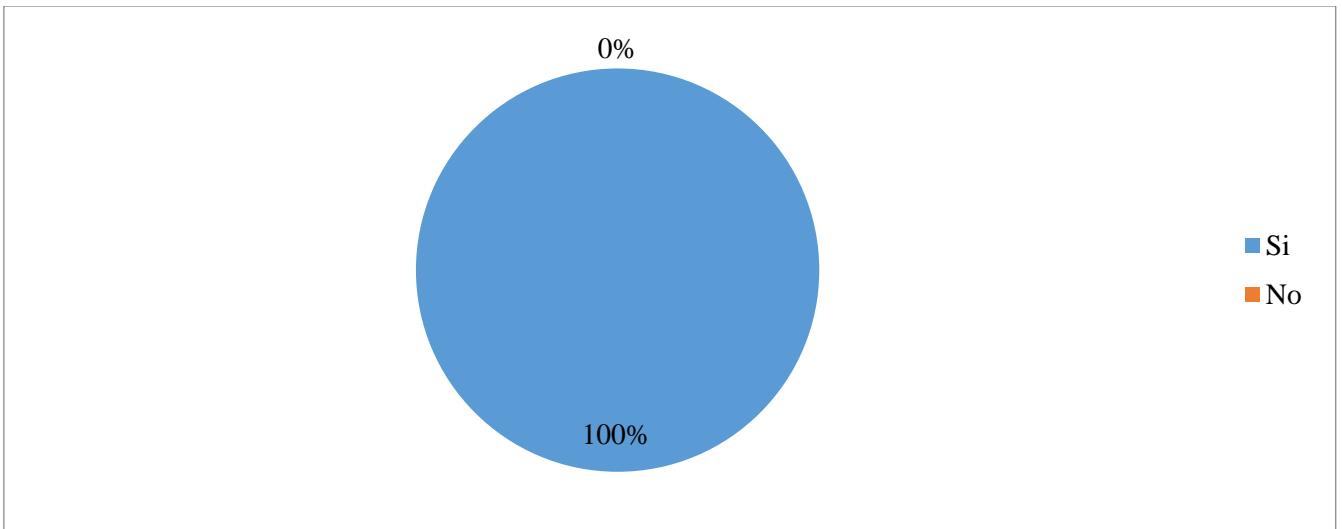


Figura 18. Cree Ud. que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado

Fuente. Tabla 3