



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL
CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL CASCO
URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018

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

AUTORA

ARROYO CHAVEZ, KAREN MARILIN

ORCID: 0000-0003-8747

ASESORA

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001- 9618-6177

CHIMBOTE-PERU

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Arroyo Chavez, Karen Marilin

ORCID: 0000-0003-8747

Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESORA

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID ID: 0000-0002-5774-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID ID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por dame salud y fuerzas para lograr mis metas, Agradezco a mi madre y también a mi padre, aunque no esté conmigo, les doy gracias por apoyarme en todo momento

Así mismo también a mis hermanos por motivarme día a día y por esta hermosa familia que siempre me apoya y no deja que nada me detenga

A mis docentes de primaria “divino niño Jesús” porque siempre me decían que uno no debe rendirse por más difícil que sea cumple los objetivos planeados, A mis docentes de la secundaria “Javier Heraud –santa” por ayudarme a tener confianza

DEDICATORIA

La presente investigación la dedico
a Dios por haberme guiado en mis
pasos y darme salud para continuar
con mis metas

Dedico a mis padres ANTONIO ARROYO
y FELICITA CHAVEZ por haberme dado
su cariño incondicional y siempre
apoyándome en mis decisiones y a mis
hermanos YULISA, ROLANDO, ARELIZ
y GRABIEL y mis apoyos MAURO Y
OSCAR porque gracias a ellos que son mi
motivación de seguir adelante

También se lo dedico a mis
profesores por haberme
encaminado en la elaboración de la
investigación y que me hayan
corregido en el transcurso de
estudio

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en el micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal y descriptivo, para el recojo de la información se utilizó una muestra de 10 microempresas de una población de 15, que se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 50% de los representantes tienen entre la edad de 18 a 30 años, el 60% son de género femenino, el 40% llevan desempeñando en el rubro de 4 a 6 años, el 70% conocen sobre el término de gestión de calidad, el 100% considera que la gestión de calidad si contribuye con el rendimiento del negocio, el 80% de los representantes mencionaron que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y traza las metas de la empresa y poder tener una mejor calidad, el 90% de los representantes tienen conocimiento acerca del término de atención. La investigación concluye que la mayoría de las microempresas conocen el término gestión de calidad, pero tienen dificultades para su implementación por el desconocimiento del puesto y aprendizaje lento, así mismo consideran que brinda una buena atención al cliente porque realiza una estrategia rápida en la entrega de los productos.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad y Microempresas

ABSTRACT

The present investigation had as a general objective: To determine the main characteristics of quality management under the focus on customer service in the micro and small companies of the service sector, heading restaurants in the urban area of Chimbote district, 2018. The research was of Non-experimental design - cross-sectional and descriptive, for the collection of the information, a sample of 10 micro-enterprises from a population of 15 was used, which applied a questionnaire of 23 questions through the survey technique, obtaining the following results: 50% of the representatives are between the ages of 18 and 30, 60% are female, 40% have been working in the field of 4 to 6 years, 70% know about the term quality management, 100% believe that quality management does contribute to business performance, 80% of the representatives mentioned that quality management helps achieve the objectives and trace the goals of the company and be able to have a better quality, 90% of the representatives have knowledge about the term of care. The investigation concludes that most microenterprises know the term quality management, but they have difficulties for its implementation due to ignorance of the position and slow learning, they also consider that it provides good customer service because it performs a rapid strategy in the delivery of the products.

Keywords: Customer Service, Quality Management and Microenterprises

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma de jurado y asesor.....	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.....	11
II. Revisión de literatura	19
III. Hipótesis.....	57
IV. Metodología.....	58
4.1 Diseño de la investigación	58
4.2 Población y muestra	59
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	60
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	65
4.5 Plan de análisis	65
4.6 Matriz de consistencia	66
4.7 Principios éticos	68
V. Resultados	69
5.1 Resultados.....	69
5.2 Análisis de resultados	74
VI. Conclusiones	83
Aspectos complementarios.....	84
Recomendaciones	84
Referencias Bibliográficas	85
Anexo	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018	69
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018	70
Tabla 3. Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras

Figura 1. Edad	105
Figura 2. Género.....	105
Figura 3. Grado de instrucción.....	105
Figura 4. Cargo de desempeña	106
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	106
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	106
Figura 7. Número de trabajadores	107
Figura 8. Vínculo familiar.....	107
Figura 9. Objetivo de creación	107
Figura 10. Conocimiento del término de gestión de calidad	108
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad	108
Figura 12. Dificultades en los trabajadores para la gestión de calidad	108
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	109
Figura 14. La gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio	109
Figura 15. Gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas.....	109
Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente	110
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio brindando a los clientes.....	110
Figura 18. Importancia de la atención al cliente para el regreso de los consumidores	110
Figura 19. Herramientas de servicio de calidad	111
Figura 20. Principales factores para la calidad de servicio	111
Figura 21. Nivel de atención que se brinda a los clientes.....	111
Figura 22. Causas de una mala atención al cliente.....	112
Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente	112

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas actualmente juegan un rol muy importante en la economía no solo del Perú, sino en todos los países del mundo, porque generan más empleos que las empresas grandes o el propio estado (más del 70% de peruanos trabajan en una micro y pequeñas empresas, además por su contribución al producto bruto interno (del valor total de bienes y servicios finales producidos dentro del territorio nacional, el 42% es producido por las micro y pequeñas empresas (Rodríguez, 2016, p.10).

Las micro y pequeñas empresas en Perú representan el 99,3% del total de empresas y generan el 62% de empleo, de ahí la importancia de su estudio y desarrollo, la micro empresa, representa el 94,6% del empresariado nacional y la pequeña empresa el 4,7%. Sin embargo, las microempresas de subsistencia a los que tienen un ingreso de venta menor a 13 UIT (US\$ 17,000) anuales representan el 75% del total del empresario (Alberti & Villena, 2015, p. 104).

La importancia de las micro y pequeñas empresas en el Perú era de gran magnitud, dada las limitaciones de su economía y la extensión de la pobreza, en 1997 la contribución de las microempresas y pequeñas empresas en la generación de empleo representaba el 75.9% por ciento del total de la población económicamente activa (PEA). De ese 75.9%, el 95% de la generación de empleo se concentraba en establecimiento pequeños denominados “microempresas” y solo el 5% se concentraba en las pequeñas empresas.

Con el grupo de trabajo se buscará que las micro y pequeñas empresas tengan productos de calidad y buenos precios, los mercados podrán entrar en función a las medidas del plan nacional y podrán entrar en competencia y así mismo ejecutaran sus inversiones en el programa compras a MYPERÚ, una preocupación latente para Barrios el 90% de incumplimiento de las empresas en Juliaca. Por ello puso a disposición el programa mi empres, el centro de innovación productiva y transferencia tecnológica (CITE), el Instituto

Nacional de la Calidad (Inacal), la rueda de negocios y otros para hacer el acompañamiento en el proceso de legalización (Barrios, 2018).

Las micro y pequeñas empresas podrían participar de las convocatorias de compras públicas del estado por internet, lo anterior sería posible tras la publicación del proyecto de “lineamientos para la operación de los Núcleos Ejecutores de Compras (NEC), publicado por el Ministerio de la producción (Produce) en el marco del Decreto Legislativo 141 con el objetivo promover y facilitar el acceso de las micro y pequeña empresa a la adquisición públicas, la iniciativa incorpora la regulación sobre el proceso de selección de proveedores de insumos, involucrado directamente la participación de las empresas a través de sus representantes en el NEC, mediante dicha regulación se busca evitar eventuales cuestionamientos en la selección de proveedores.

Los académicos menos próximos a los análisis históricos a menudo requieren fijar con claridad definiciones, y en general los expertos en organización de empresa familiar tienden a aceptar que empresa familiar: que indica un negocio jurídicamente independiente donde la propiedad y gestión y es controlada estratégicamente por una o varias familias a lo largo de por lo menos dos generaciones, grupo familiar: tiene de a identificar la participación parcial o total en la prioridad de varias empresas jurídicamente independientes en las que se controla estratégicamente la dirección y familia empresaria: con diverso grado de lazo de parentesco sanguíneo o espiritual que a lo largo de varias generaciones tiende a realizar inversiones productivas en distintos negocios en los que no necesariamente se controla ni propiedad ni gestión.

El 1% de empresas privadas cuenta con la certificación ISO 9001 que, valida los sistemas de gestión de calidad, esto según cifras del instituto nacional de calidad (INACAL), actualmente se tiene un total de 1.329 empresas con certificación de calidad ISO 9001 e ISO 14001, de un total de empresas formales activas en el Perú que llega a un millón 382 mil 899, según cifras de la SUNAT (La Republica, 2017).

Las empresas lideradas por mujeres en Latinoamérica cobran vital importancia en el texto actual, de problemas de desempleo y baja calidad de vida de la población, la literatura señala que empoderar económicamente a las mujeres mejora la economía de los países y de los hogares y mejora de calidad, la mujer empresaria esta sobre todo motivada por una necesidad económica, aunada a la necesidad de contar con la flexibilidad para atender sus responsabilidades familiares. Las empresas de mujeres se ubican sobre todo en el sector servicios cuentan con un escaso acceso monetario para poder crecer y enfrentan deficiencias estructurales de acceso a información, poca preparación para el manejo de su propia empresa y poco acceso a tecnologías de información. En términos muy generales este es el perfil de la empresaria PYME, a pesar de la gran importancia que tienen las empresas dirigidas por mujeres enfrentan probamente tales como la baja competitividad en comparación con las empresas dirigidas por hombres, esto debido a que son de menor tamaño, cuentan con menos capital, tienen menos recursos físicos y humanos. Así también las empresas dirigidas por mujeres se enfrentan a grandes barreras al momento de buscar acceder a u financiamiento, esto generalmente porque existe un estereotipo hacia la mujer empresaria en el que no se le ve como exitosa, otras razones son la falta de experiencia laboral, la falta de activos personales y la falta de contacto con redes de negocios que lo respalden (Camarena & Saavedra, 2016).

En México la importancia de las micro y pequeñas empresas, como columna vertebral de la economía que generan aproximadamente el 52% de producto bruto interno

y el 72% del empleo directo además de la aportación importante de empleo de país, datos del censo de 2009 (INEGI,2010) , sin embargo estas subsisten en medio de un mercado agresivo, demandante con insuficiente acceso para actualizar su tecnología, trámites administrativos complejos, pocas facilidades para obtener créditos entre otros, de tal forma que podría pensarse que solo es responsabilidad del gobierno impulsarlos, no obstante debería ser un trabajo conjunto, para conceptualizarlo de forma diferente que propicie un aparato productivo integral en el que se conserven entre otros factores modelos de empresas sustentables a largo plazo, con creación o mantenimiento de empleos, aumentando el ahorro de capital propio que favorezca su crecimiento. Razón por la cual estudiar a las micro, pequeñas y medianas empresas que forman parte del motor económico del país, así como su supervivencia como unidades económicas, identificar cuáles son los motivos por los que no crecen y en ocasiones tiendan a desaparecer (Cruz, 2016).

En Cuba sobre el “Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta 2030: propuesta de visión de la nacional, ejes y sectores estratégicos debe partir de la aspiración oficial de que cuba sea un país desarrollado dentro de 15 años, por lo que se exigiría un tipo de trayectoria económica y social que nunca antes habría tenido lugar en cuba, en esta trayectoria debe jugar un rol muy determinante, o al menos significativo un tipo de empresas diferentes a las acostumbradas en periodos anteriores, que pudieran ser las micro empresas o las pequeñas y medianas empresas no estatales, en el mundo actual es muy evidente el papel de las micro y pequeñas empresas en la creación de empleo, en la dinamización de los mercados mejor distribución de ingresos y en el desarrollo de las regiones, en una adaptación más flexible a la crisis económica (Pérez, 2017).

En Ecuador el motivo por el cual se pretende plasmar este tipo de negocio es porque es una de las mayores fuentes de ingreso en el país ya que está ubicado en el Sector turístico en el campo de alimentos y bebidas, según informes elaborados por el INEC en el año 2012

existieron 48.385 establecimientos pertenecientes a este campo que fueron abiertos esto representa al 79% del total de los negocios enfocados a las actividades turísticas adicionalmente esta es una de las actividades que se mantiene firme y crecimiento, los restaurantes son establecimientos que presta el servicio de alimentación mediante precio y que facilita servicios complementarios, especialmente de bar (Rubio, 2015).

En el Perú es un país de personas emprendedores, pero el crecimiento constante de la competencia a esto sumando las grandes empresas las crisis económica y el alza constantes de la materia prima, la mala gestión de la compras ha traído como consecuencia que los costos de producción sean más altos y por ende las utilidades disminuyan, porque el hecho que los costos suban no significa que se eleven los precios, ya que el poder adquisitivo de la población cada día es menor (Jauregui, 2017).

En el Perú solo el 1% del total de empresas formales cuentan con sistemas de gestión de calidad, lo cual revela que existe un gran trabajo para convencer a las restantes de que camine por el sendero de la competitividad, el ISO 9001 o ISO 14001 son modelos de gestión (la última dirigida a temas ambientales) que permiten a cualquier empresa administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios, agrego que el Inacal es un trabajo conjunto con el sector privado ha elaborado una norma técnica peruana “NTP Gestión integral de la empresa” que ha adaptado las existencias de la ISO a la realidad nacional, el Perú cuenta con una Política Nacional para la Calidad cuyo objetivo es constituir a la mejora de a competitividad de la producción y comercialización de bienes y/o servicios, coadyuvando a que las personas tengan una mejora de la calidad de vida y al desarrollo sostenible a través de la orientación y articulación de acciones vinculadas al desarrollo promoción y demostración de la calidad (Inacal, RPP, 2016).

Por lo tanto las empresas son importantes para la generación de empleos, y reducción de la pobreza en distintas partes del mundo, pero en ciertas ocasiones la mayoría

de los emprendimientos llegan a fracasar, sin haber superado el primer año de su creación, esto se debe a que los dueños o administradores no implican gestión de calidad en atención al cliente por ello al cliente pocas veces queda satisfecho sin embargo estos problemas se dan en todas partes del mundo (Bueno, 2018).

La atención al cliente estratégica puede transformar las entidades y funciones con las que tienen contacto, y así lograr que la empresa sea más proactiva, reacciones de manera más rápida y sea más eficaz, a su vez acelerara el desarrollo de productos y relevar nuevos canales de distribución, además puede aliviar el departamento de ventas y socios de canales más tareas de solución de problemas para que puedan concentrarse en vender, asimismo puede convertir el área de contabilidad a una fuente de fondos que permita implementar proceso y servicios nuevos que aumentan la retención de clientes, el boca a boca positivo y la participación en el mercado (Goodman, 2014).

En el Distrito de Chimbote donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes las cual tiene problemas de gestión de calidad en atención al cliente, porque tienen poca iniciativa y desconocen el puesto que se les ha asignado, esta investigación ayudara a actualizar sus conocimientos aprender estrategias de gestión de calidad que mejore con el fin de aumentar las ganancias y permanencia en el mercado, por ello se planteó la siguiente pregunta de investigación ¿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 del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?. Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo en el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Describir la característica de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Identificar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en el micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Chimbote, 2018.

La investigación se justifica porque nos permitirá determinar las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en las microempresas, por lo que se presenta a través de esta información de una manera precisa y actualizada.

Así mismo también se justificará para que los empresarios tomen una buena decisión con respecto a las mejoras y opten por garantizar una buena atención al cliente basado en herramientas de gestión de calidad, por lo que ayuda a ser más competitivos y de éxito en los mercados.

Finalmente, esta investigación se justificará porque será de gran utilidad para las personas y dueños de las micro y pequeñas empresas por lo que servirá de base para futuras investigaciones o para implementar en su negocio y sobre todo aplicando gestión la de calidad en las empresas.

La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo. Fue no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente a la variable gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente; fue transversal porque el estudio de la investigación se desarrolló en un tiempo determinado teniendo un inicio y un final específicamente el año 2018. Fue descriptivo porque se describió las principales características gestión de calidad y atención al cliente.

Para el recojo de información se utilizó una población de 15 y una muestra de 10 micro y pequeñas empresas a las cuales se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas: 5 primeras están dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, 4 dirigidas a las características de las micro y pequeñas empresas y 14 preguntas sobre gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 50% de los representantes tienen entre la edad de 18 a 30 años, el 60% son de género femenino, el 60% tienen un grado de instrucción de superior universitario, el 60% son manejadas por los mismos dueños, el 40% llevan laborando de 4 a 6 años, el 40% trabaja en el rubro de 4 a 6 años, 60% las empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 70% prefieren que no participe las familias, el 80% su objetivo es generar ganancias, el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el término de gestión de calidad, el 40% solo utilizan la técnica moderna que es el benchmarking, el 30% tienen el aprendizaje muy lento y desconocen el puesto, el 60% de las empresas miden el rendimiento del personal a través de la evaluación, el 100% consideran que la gestión de calidad sí contribuye en el rendimiento del negocio, el 90% conocen acerca del término de atención al cliente. La investigación concluye que la mayoría de las empresas tienen al mando al sexo femenino aun que lleven poco tiempo de permanencia han logrado en enriquecer su conocimiento acerca de gestión de calidad y atención al cliente, pero creen que lo hacen de una manera correcta, pero lo realizan de forma empírica.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Aranda (2016) La tesis de investigación *Competitividad a través de la diferenciación del producto y servicio en las Pymes de restaurantes, cafeterías y bares en la región binacional de Ciudad Juárez Chihuahua, México-El Paso Texas, Estados Unidos*. Tuvo como objetivo general: Explorar elementos de diferenciación del producto en las Pymes prestadoras de servicios de alimentos y bebidas en la región binacional Juárez – el Paso para evidenciar la competitividad entre ambas economías fronterizas. Y planteo los objetivos específicos: analizar la diferenciación entre las actividades de comercialización y alcance de las Pymes de el Paso Texas y ciudad Juárez Chihuahua; examinar los servicios brindados por las Pymes en la región binacional referente a presentación, calidad e imagen de la empresa; evaluar los factores inherentes a tecnología, recursos humanos, relaciones y calidad para determinar la competitividad de las empresas a estudiar. La investigación fue de diseño cualitativo. Los resultados de la investigación son: El servicio es el factor más importante para sobrevivir. El sabor es tu negocio, el servicio es tu utilidad, La imagen del establecimiento es algo que el cliente nunca olvida Tus instalaciones deben de estar al 100%. Si el empleado no da un buen servicio, la empresa pierde al cliente Hace falta mucha capacitación de personal, Hay mucha rotación de personal por la oferta de trabajo en el área industrial Los tiempos de espera son un gran problema para unos restaurantes No existen manuales de procedimiento para dar el servicio de mesero, Si no hay dinero en la empresa el cliente lo nota, se necesita un buen respaldo económico, el 100% de los empresarios considera que los empleados son el primer factor para la diferenciación, se detectó una necesidad de capacitación al personal. Presentación, cantidad, tamaño y sabor de sus productos son los principales elementos para mantener

clientes encantados, cuidar los tiempos de entrega de cocina a mesa, se detectó una necesidad de capacitación al personal, realizar actividades de comercialización a los segmentos de mercado específicos, mantener la parte intangible como valor agregado, bombardear con el logotipo de la empresa todos los productos y servicios que se ofrecen, la infraestructura tiene que ser de primera, es bueno las recomendaciones constantes, el aspecto del personal habla mucho de la marca, es recomendable realizar planeaciones estratégicas en donde se indica la mejora continua que se va a realizar en el establecimiento, es muy importante documentar los procesos de innovación para que se establezcan como políticas de empresas

Jurado (2014) su tesis de investigación *Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito, 2014*. Se planteó el objetivo general: determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar la situación actual del sector de alimentos y bebidas. - Analizar los fundamentos teóricos, alcances y objetivos de la Norma UNE 93200:2008. - Evaluar la situación actual y desarrollar un modelo de Carta de Servicios para un restaurante de lujo, que permita determinar el nivel de calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente. Establecer propuestas de solución a las falencias encontradas en la gestión del servicio y atención al cliente. Esta información adicional consta en la descripción de los resultados de cada pregunta. A través de la figura 19, se puede concluir que el 81% de los clientes opinaron que el estado de las instalaciones es muy bueno, comentando que se encuentran bien mantenidas y limpias, el 15% de los clientes lo calificaron como bueno, ya que detectaron algunas sillas un poco deterioradas y que los baños necesitan ser remodelados. Como se observa en la figura 20, el 64% de los clientes

opinaron que la seguridad de las instalaciones es muy buena, sin embargo, el 29% de los clientes lo determinaron como bueno, ya que el restaurante se encuentra ubicado en un edificio de construcción antigua, no cuenta con seguridad exclusiva para el restaurante y en sus calles aledañas existe delincuencia especialmente por las noches. Como se observa en la figura 21, el 79% de los clientes opinaron que el mobiliario y los espacios son cómodos y agradables a la vista, el 19% de los clientes lo calificaron como bueno, pues comentan que las mesas del restaurante deberían estar mejor distribuidas. A través de la figura 22, se puede concluir que el 93% de los clientes opinaron que la apariencia del personal es muy buena, ya que se encontraron bien uniformados, con su respectiva identificación y totalmente pulcros. Como se observa en la figura 23, el 92% de los clientes opinaron que el servicio prestado por el restaurante es muy bueno, ya que desde que ingresaron fueron recibidos cordialmente, los platos y bebidas estuvieron bien elaborados y el personal a todo momento se preocupó. Finalmente, el 8% de los clientes calificaron al servicio prestado como bueno, ya que no estuvieron conformes con la porción de los platos, el precio establecido, y la actitud del mesero. A través de la figura 24, se puede concluir que el 86% de los clientes opinaron que la comida y bebida es muy buena, ya que cumplió con sus expectativas en cuanto a calidad, sabor, frescura, porción y presentación. Por otro lado, el 13% de los clientes contestaron que la comida y bebida estuvo buena, ya que al solicitar un plato de la carta el personal de servicio le indicó que no disponían al momento y adicionalmente existen muy pocos platos típicos. Finalmente, el 1% de los clientes calificaron, ni buena ni mala. Como se observa en la figura 25, el 93% de los clientes calificaron como muy buena a la discreción y al respeto dado por el todo el personal durante su permanencia en el restaurante, pues nadie les interrumpió ni les creó ningún malestar o incomodidad. Finalmente, el 7% de los clientes dieron la calificación de bueno, ya que se sintieron con poca privacidad por la cercanía que tuvieron con otra mesa. A través de la figura 26, se puede concluir que el 82% de los clientes opinaron que el servicio fue rápido

y ágil, ya que el tiempo de espera no fue tan largo como en otros restaurantes de lujo. Finalmente, el 18% de los clientes lo calificaron, como bueno, ya que tuvieron que esperar, pues se presentaron ciertas equivocaciones en la toma del pedido y se omitieron algunos detalles al servir los platos, iniciando primero por los hombres y no por las mujeres. Como se observa en la figura 27, el 88% de los clientes opinaron que todo el personal de servicio estuvo presto a escuchar y responder sus inquietudes con mucha paciencia y agrado. El 12% de los clientes calificaron esta pregunta, como buena. A través de la figura 28, se puede concluir que el 93% de los clientes opinaron que el personal del restaurante estuvo en todo momento preocupado y pendiente de sus solicitudes, y que existió una gran diligencia e interés. El 7% de los clientes calificaron esta pregunta, como buena. Como se observa en la figura 29, el 89% de los clientes calificaron muy bueno al conocimiento del personal, pues conocían y aplicaron correctamente las técnicas de servicio, sin embargo, el 9% de los clientes lo calificaron como bueno, ya que no supieron recomendar un vino ni tenían conocimiento del stock del restaurante. Adicionalmente, mencionaron que el nivel de inglés del personal no es muy bueno y que es necesario mantener capacitaciones continuas en técnicas de servicio, trato al cliente e idiomas. Finalmente, el 2% de los clientes lo calificaron, ni bueno ni malo. A través de la figura 30, se puede concluir que el 89% de los clientes opinaron que el personal les transmitió confianza, ya que estaban seguros de lo que decían. Por otro lado, el 9% de los clientes dieron la calificación de buena, pues el personal dudó respecto a los ingredientes y a la preparación de un plato. Finalmente, el 2% de los clientes lo calificaron, ni bueno ni malo. Como se observa en la figura 31, el 95% de los clientes calificaron como muy bueno al servicio entregado por el personal, pues durante toda su permanencia existió mucha ayuda, respeto, preocupación y amabilidad. Adicionalmente, el personal buscó cumplir con la mayor cantidad de las expectativas de los clientes. El 5% de los clientes calificaron esta pregunta, como buena, ya que consideraron que la actitud de los meseros fue muy cortante y seria. A través de la

figura 32, se puede concluir que el 86% de los clientes opinaron que el servicio recibido fue personalizado, sin embargo, el 14% de los clientes lo calificaron como bueno, ya que para su apreciación no existe el número suficiente de meseros para atender todas las mesas, razón por la cual en ciertos momentos del servicio se descuida a uno u otro cliente. En conclusión. A través de la presente investigación realizada a la gestión de la calidad del servicio y atención en Robledo Restaurante, los resultados que se obtuvieron son que la mayoría de clientes calificaron al servicio y la atención como muy bueno, lo que significa que el restaurante cumple con las expectativas de los clientes. Es importante mencionar que un porcentaje de clientes no se sintieron conformes con el servicio y atención, siendo ellos quienes ayudaron a evidenciar las falencias existentes en el restaurante. Al realizar el levantamiento de los procesos, la determinación de estándares y el involucramiento con el personal operativo, el investigador pudo observar y determinar los inconvenientes que tiene el restaurante en su administración y operación. El personal es quien pudo proponer la mayor cantidad de soluciones a los inconvenientes determinados, pues son ellos quienes conocen el manejo del negocio.

Hidalgo (2015) en su trabajo de investigación *Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del gadm cantón Babahoyo, 2015*. Tuvo como objetivo general: Diseñar un Modelo de Gestión para el mejoramiento de la calidad de atención al usuario del GADM Del Cantón Babahoyo. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Fundamentar, teóricamente mediante autores nacionales e internacionales, los Modelos de Gestión y la calidad de atención al usuario. Diagnosticar la situación actual en las áreas estratégicas en la Atención a los usuarios del GADM de Babahoyo. Elaborar un Modelo de Gestión que permita mejorar la calidad de la atención a los usuarios del GADM de Babahoyo. Validar, a través de expertos el Modelo de Gestión que mejoren la calidad de Atención a los usuarios del GADM de Babahoyo. Los siguientes resultados: Para poder

evidenciar el potencial del modelo de gestión elaborado y propuesto para mejorar la calidad de atención a los usuarios del GADM del Cantón Babahoyo, se lo presentó a expertos en el tema para que sea estudiado y validado por los mismos antes de llevar a cabo su ejecución en la municipalidad. Para la validación se elaboraron las siguientes preguntas a los siguientes profesionales: 1.- Ing. Com. Augusto Villafuerte Velasco; 2.- Dr. Jorge Reynel Carrera Espín

1. ¿Considera usted que un Modelo de Gestión es una herramienta adecuada para solucionar los problemas en el mejoramiento de la calidad de atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo? Profesional 1: Si lo considero, así, este tipo de modelos, permiten a las instituciones públicas a establecer sus procesos, sino también controlarlos. Profesional 2: Si. El ordenamiento de los procesos mediante modelos de gestión, permitirá al GADM del cantón Babahoyo, mejorar la atención a los usuarios sus procesos administrativos.

2. ¿Cree usted que la inclusión de procesos relacionados con la atención a los usuarios internos y externos, son importantes dentro del campo administrativo público? Profesional 1: Evidentemente. Todo es parte del buen vivir y de los derechos de los ecuatorianos. Profesional 2: Si. Su importancia radica en que todos son necesarios para el normal funcionamiento de las actividades municipales.

3. ¿Luego de revisar el modelo de gestión para mejorar la calidad de atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo, considera usted que este cumple con los requisitos necesarios para atender las necesidades administrativas de la municipalidad? Profesional 1: Si. Su aplicación les va a ayudar mucho. Profesional 2: Si. La municipalidad podría mejorar la credibilidad si cumple a cabalidad con la propuesta descrita

4. Del 1 al 10, donde 1 es malo y 10 es satisfactorio, ¿qué calificación daría al modelo de gestión? Profesional 1: 10 Profesional 2: 9

1.2. Conclusiones parciales del capítulo Las respuestas obtenidas por los expertos dejaron en claro que el modelo de gestión desarrollado cumple con los requisitos necesarios para ser aplicado en la municipalidad del Cantón Babahoyo. y colaborar en la mejora de sus actividades. Se aprobaron los temas incluidos en el mismo y sus formatos. La calificación

otorgada fue en promedio de 9,5, lo cual indica que el modelo de gestión desarrollado es altamente adaptable y tiene un gran potencial para ayudar a organizar el municipio de Babahoyo, y enrumbarla hacia la calidad de sus procesos y servicios. Los validadores coincidieron al sugerir que la sociabilización al personal y la inclusión activa de los jefes de la institución es de gran importancia para el correcto funcionamiento de los procesos del modelo de gestión. En conclusión, La bibliografía existente referente a modelos de gestión de calidad muestra innumerables opciones para mejorar la administración de las empresas públicas y privadas. Temas como las 5S, administración por procesos, gestión por objetivos, ISO, entre otras normativas, son de gran ayuda actualmente y se han ido actualizando y adaptando a la realidad de las compañías de gran manera. Sin embargo, es la normativa ISO 9001 2008 (última actualización) la que se muestra más completa, al abarcar temas importantes como el enfoque al cliente, los indicadores de gestión y manejo de acciones correctivas y preventivas, entre otros temas que son, a la fecha, importantes para la mejora de los procesos de atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo. El diseño de un modelo de gestión de calidad adaptado a la realidad de municipio de Babahoyo, mejora notablemente procesos administrativos de la institución y la acerca a la satisfacción, aumento e idealización de sus usuarios. El modelo de gestión para mejorar la calidad en la atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo, es validado por expertos en el tema, quienes consideran que los procesos actualmente levantados son los más relevantes al momento, pero sin embargo es importante en el mediano plazo, considerar la inclusión de todos los aspectos operativos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo.

Antecedentes nacionales

Atrevero (2015) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015*. Tuvo como siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015. Y planteo los siguientes Objetivos específicos: Determinar las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, en el ámbito de estudio. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas, en el ámbito de estudio. Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, en el ámbito de estudio. Determinar las características de la formalización en las micro y pequeñas empresas, en el ámbito de estudio. Se desarrolló usando la Metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal- retrospectiva, para llevar a cabo la investigación se escogió una muestra representativa de 10 micro empresas, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario pre estructurado con 16 preguntas relacionadas a la investigación, llegando a los siguientes resultados. El 60% son del género femenino. El 60% tienen una edad entre 18 y 30 años de edad. El 80% tiene un grado instrucción superior y universitaria. El 70% de los representantes tiene de uno a dos años en 10 actividad. El 90% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores. El 100% de las Mypes encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO. El 100% de los encuestados no aplica gestión de calidad. El 70% ponen en práctica otras técnicas de gestión en lo que se refiere a temas de mejora continua. El 60% no realiza capacitaciones orientadas al servicio. Conclusiones: La mayoría (60%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha, son del género femenino, la mayoría absoluta tienen la edad entre 18 a 30

años, la mayoría absoluta tiene el grado de instrucción superior y universitaria y la mayoría absoluta cuenta con una antigüedad de 2 años en el rubro. La mayoría absoluta de las micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha están formalizadas, la mayoría absoluta se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría relativa mantienen a sus trabajadores en condición formales. La totalidad de empresarios del sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, ni aplica la gestión de calidad, pero la mayoría aplican otras técnicas gestión de calidad, la mayoría absoluta no realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa tienen prioridad de calidad del producto ante sus proveedores.

Campos (2015) en su tesis de investigación *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la Primavera Castilla, 2015*. Tuvo como siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la Primavera Castilla, 2015. Y planteo los siguientes Objetivos específicos: Determinar qué características tiene la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Identificar los elementos de gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Conocer la importancia de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. Determinar los elementos de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla, 2015. La investigación fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, corte transversal, la unidad de análisis está basada en las tres MYPE y la población está constituida por los propietarios y clientes se aplicó la técnica de la encuesta con un

cuestionario de 17 preguntas cerradas. Obteniéndose siguientes resultados. El 62% de las personas encuestadas eran los administradores de la empresa. El 62% de las empresas iniciaron su negocio hace más de tres años, el 62 % de las empresas cuenta con menos de cinco operarios. El 38 % de las mypes encuestadas algunas veces definen los objetivos de la empresa, el 39% de las empresas casi siempre han definido la misión, visión y valores de la organización, el 39% de las organizaciones algunas veces comunican la misión, visión y valores de la organización, 38% casi siempre aplica métodos de mejora en sus procesos, el 46 % casi siempre hace uso de la documentación necesaria para la planificación, operación y control de procesos, el 69% de los encargados de administrar las mypes manifestaron que se consideraban líderes participativos. Conclusiones. En cuanto a la aplicación de la gestión de calidad en las mype del sector servicio –rubro pilado de arroz de la provincia de sullana año 2014. podemos describir que los planes estratégicos basados en la misión, visión, valores de la organización y objetivos de la empresa no están bien definidos en algunas organizaciones. la motivación hacia los trabajadores de las mype no son las adecuadas, puesto sólo lo hacen en pos de mejora de la productividad sin tener en cuenta de la mejora anímica del trabajador. Finalmente se describe que el tipo de liderazgo que ejercen los directivos es participativo, siendo recomendable el liderazgo autocrático.

Gaviria (2018) en su tesis investigación *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, Distrito de Yarinacocha, año 2017*. Teniendo como objetivo general: Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha año 2017. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha. Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha se

encuentran formalizadas. Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio. La investigación fue de tipo cuantitativa de nivel descriptivo, no experimental – transversal. se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 17 preguntas cerradas. Obteniendo como resultados: Según la investigación, los propietarios de las mypes, en su mayoría se encuentran en el rango de 40 a 49 años de edad (64,0%). Son personas maduras con vasta experiencia de vida y con formación ya definida., el 64,0% son de sexo femenino; y 36,0% sexo masculino. Según la investigación a los propietarios de las mypes, el 44,0% son “Empíricos”; 40,0% “Técnico”; y 16,0% tiene grado “universitario.” Este resultado evidencia que la mayoría tiene poca apertura a conocimientos técnicos. De acuerdo a las encuestas a las mypes del sector de servicios, clúster Restaurant Turístico, son formalizados el 80,0%; y un 20,0% tiene “trámites en curso”. Según la investigación, las mypes del rubro tienen presencia en el mercado de 4 a 8 años, (40,0%) y de 9 a más, (40,0%); de 1 a 3 años, (20,0%). Son negocios que entre competidores se conocen, inclusive. En su mayoría las mypes tienen de 5 de 8 trabajadores (72,0%); de 9 a más, (20,0%) y de 1 a 4, (8,0%). Constituyen fuentes de empleo. De acuerdo a las mypes encuestadas, el 60,0% tiene a sus trabajadores registrados en planilla; 24,0% no lo tienen; y un 16,0% “parcialmente”, es decir solo algunos. Según la investigación 76,0% de las mypes indica que no aplica técnicas de gestión de calidad en su administración. Este resultado da la razón porque las decisiones gerenciales no son sostenibles ni efectivas. Según la investigación, el 68,0% de los encuestados indican que no definieron la misión y visión de su empresa. Explican que se debe a desconocimiento de la importancia en una gestión. De acuerdo a la investigación, 84,0% de las mypes encuestadas, no ha estandarizado los procesos clave del negocio porque no tiene interés o no considera importante. Mediante la investigación a los propietarios, el 60,0% no tiene definido un plan de negocios Según la investigación a las mypes, en su mayoría (84,0%)

no aplican técnicas para la solución de problemas; un 16,0% si tiene conocimiento y lo aplica. En la entrevista a los propietarios, el 52,0% indicó que cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado y un 48,0% no lo necesita. Sin embargo, se evidencia falta de organización y limpieza en algunos locales. Según la investigación a las mypes en estudio, el 52,0% capacitó a su personal y un 48,0% no lo realizó. Este resultado explica porque el nivel de servicio en la mayoría de los restaurantes no es el esperado. De acuerdo a las mypes encuestadas, sector servicios 88,0% no practican un protocolo de atención al cliente; 12,0% si lo tienen y les ayuda a brindar una correcta bienvenida al cliente, Mediante la investigación a las mypes, se detecta que no existe una cultura de servicio, esto se evidencia en el hecho de no brindar la importancia a las sugerencias del cliente ni atender sus reclamos (84,0%). Los resultados indican que la dirección de las mypes no evalúa la actitud de servicio de su personal (52,0%). Lo cual representa un mal indicativo al no detectar esta acción contraria a los intereses de la empresa. Según la investigación, en su mayoría (64,0%) las mypes del rubro restaurant turístico no realizan una evaluación al nivel de satisfacción del cliente. Esto evidencia que la gestión no está enfocada en el cliente. Concluye, Están formalizados. Sin embargo, en el aspecto laboral, existe un 40% de mypes que nos cumple con mantener en planilla a sus trabajadores. Los microempresarios tienen poco interés en practicar una gestión de calidad, por tal motivo la gestión carece de aspectos técnicos. Existe una planificación del negocio de corto plazo, carecen de plan de negocio.

Rios (2015) en su tesis 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*. Obteniendo como objetivo principal: 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. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar las principales características de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar los principales factores de la gestión de calidad de las mypes del sector servicios rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. Determinar las principales características que se involucran en el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de huanchaco, año 2014. La investigación fue de tipo descriptivo - cuantitativo, diseño no experimental, se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 19 preguntas cerradas. En la cual se obtuvo los siguientes resultados: El 65% de representantes son de sexo masculino, El 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 a 44. El 60% los representantes legales de las MYPES encuestadas predominan la instrucción superior universitaria completa, El 50% el tiempo en años predomina de 5-7 años, El 90% de las MYPES son formales. El 95% de número de trabajadores permanentes representa la MYPE. El 45% la finalidad por la que se formó la MYPE fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares. El 50%. Los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención. El 85% creen que la gestión de calidad es importante para la empresa. El 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. El 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. El 85% de los 8 representantes legales de las MYPES encuestadas

dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. El 60% de los representantes legales de las MYPES encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000. 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%. El tiempo que 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%. De la siguiente investigación se concluyó que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES en el distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención.

Hernandez (2015) en su tesis de investigación *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2014*. Se obtuvo como objetivo principal: determinar las características del marketing de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. Y se planteó los objetivos específicos: Determinar las características de la competitividad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. Determinar las características del marketing de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. Determinar las características de la gestión de calidad de las Mypes del sector servicio rubro restaurantes del distrito de LA ESPERANZA año 2014. La investigación fue de tipo cuantitativo con algunos criterios cualitativos, diseño no experimental descriptivo, se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 20 preguntas cerradas. Obteniéndose los siguientes resultados El 40% de los gerentes y /o administradores de las MYPES

encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años. El 66.67% de los administradores de las MYPES son del sexo femenino. El 53.33 % de los gerentes y/o administradores de las MYPES encuestadas tienen solo secundaria completa. El 66.67 % de las MYPES encuestadas sí realizan orientaciones a la mejora del servicio. El 53.33% de las 9 MYPES encuestadas piensa que la orientación es responsabilidad de la empresa. El 53.33 % de las MYPES encuestadas piensa que la calidad más el precio es el principal criterio. El 60% de las MYPES encuestadas indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo. El 66.67% de las MYPES encuestadas aplican la innovación tecnológica. El 60% de las MYPES encuestadas opta por la estrategia liderazgo general en costos. El 75% indican que el precio es accesible. El 62.5% de los clientes encuestados indican que la calidad es buena. El 75% de los clientes encuestados indican que la atención es buena. El 62.5 % de los clientes encuestados indican que el tiempo de espera fue normal. El 75 % de los clientes encuestados indican que la calidad fue buena. El 25 % de los clientes encuestados indican que el precio es adecuado. El 50 % de los clientes encuestados indican que la evolución es buena. Del siguiente estudio se concluye que: el estudio realizado 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 orientarse en temas relacionados con el rubro y gestión de calidad. La gestión de calidad de las empresas no se maneja por ningún tipo de estándar. 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.

Antecedentes locales

Luna (2016) su tesis 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*. Tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013. Determinar las características de los representantes legales de las Mypes del sector servicios - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013; Determinar las características en las Mypes del sector servicios - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013; Determinar las características de la Gestión de Calidad en las Mypes del sector servicios – rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013. La investigación se ha desarrollado utilizando un diseño no experimental descriptivo, transversal y cuantitativo en una muestra dirigida a 23 micros y pequeñas empresas en una población de 90, quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 60,9% son de sexo masculino. El 52,2% tiene entre 18 y 30 años de edad. El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% tiene 3 años en actividad. El 65,2% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores. El 69,6% tienen formalizado sus Mypes. El 65,2% mantienen a sus trabajadores de manera informal. El 100% no cuenta estándares de calidad ISO. El 60,9% aplica una gestión de calidad. El 56,6% utiliza la mejora continua como una técnica de gestión. El 47,8% se considera como dueño ante sus trabajadores. El 78,3% realiza capacitación orientada al servicio. El 39,1% considera el precio es su prioridad ante sus proveedores. Finalmente podemos concluir que la totalidad de los representantes de las Mypes del sector servicios- rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013, la mayoría son de género masculino, tiene la edad entre 18 a 30 años con estudios universitarios y 3 años en actividad. La mayoría de las Mypes esta formalizado, pero la minoría de trabajadores

laboran de formal, la totalidad de las Mypes desconocen sobre estándares de calidad y ponen en práctica una gestión de calidad de manera inadecuada que carece de todo un plan estratégico administrativo y operativo, lo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo.

Jauregui (2017) en su tesis de investigación *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización Los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2017*. Tuvo como objetivo, determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Y se planteó los objetivos específicos, Describir las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, servicio rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014. La investigación fue de diseño no experimental transversal, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una población muestral de 8 Micro y Pequeñas Empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 50% de los representantes, tienen edad entre 18 a 30 años. El 50% son de género masculino. El 71% tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 75% son los dueños. El 37,5% tienen más de 7 años en permanencia en el rubro. El 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores. El 100% tiene como objetivo maximizar ganancias. El 100% no tienen conocimientos de técnicas de Gestión. El 100% aplican liderazgo en su gestión. El 75% aplican el liderazgo democrático. El 100% no sigue un plan de negocios

estratégicos. El 100% percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayudaría a lograr objetivos. El 100% ha obtenido como resultados ofertar productos de mayor y mejor calidad. Finalmente se concluye que la mayoría del Micro y Pequeñas Empresas, son dirigidas por sus dueños, y aplican gestión de calidad, pero desconocen del tema.

Bueno (2018) en su tesis de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de Abril, Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización 21 de abril, Chimbote, Ancash, Perú 2016. Y se planteó los siguientes objetivos específicos, Describir las principales características del gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados. El 62,5% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 50.0% son de género femenino y masculino respectivamente. El 75.0% de los encuestados son los dueños o propietarios de los restaurantes. El 62.5% de las Micro y pequeñas empresas (restaurantes) tienen entre 4 a 6 años en el rubro. El 87.5% de los representantes encuestados no laboran con familiares. El 62.5% de los representantes no conoce el término gestión de calidad. El 62.5% utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. El 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementar la gestión de calidad es que

no se adaptan a los cambios. El 62.5% de los representantes de las mypes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios. El 62.5% de los representantes de las mypes conocen el termino atención al cliente. El 50.0% de los representantes de las mypes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. El 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. El 51% reconoce que esta brindado una mala atención por no contar con suficiente personal. El 37.5% de los representantes ha logrado obtener fidelidad de los clientes, de todo lo expuesto anteriormente podemos concluir que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en atención al cliente, dado que utilizan la confianza como un elemento diferenciador para mejorar la fidelidad de los clientes.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Las micro y pequeñas empresas

La legislación peruana define las micro y pequeñas empresa a través de la ley de promoción y formalización de las micro y pequeñas empresa – ley 28015 artículo 2: "la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización 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" (Alberti & Villena, 2015, p. 105).

Ley 30056 – artículo 5(2013) características de las empresas. De acuerdo al artículo 5 la empresa tiene que estar ubicada en alguna de estas categorías, estas dan en función a las ventas anuales.

Ley 20015 artículo 5 (2003) Tendrán que tener algunas estrategias para el mejoramiento de materia de promoción en las micro y pequeñas empresas.

Deming (2009) citado en Alberti & Villena, (2015) Señalo que lo mejor es enfocarse en la calidad del producto, esto nos convertirá en uno de los mejores restaurantes y así mismo genera más empleo cuanto más reconocido, más personas obtendrán trabajo y esto nos mantendrá en crecimiento, así mismo hacer cambios a la empresa.

Las Micro y pequeñas empresa son pequeñas establecimientos, en donde se produce, se transforma un bien o servicio para luego ser comercializados, no cabe duda que gran parte de las empresas en nuestro país son Micro y pequeñas empresa, por lo cual el Estado ha propuesto esta Ley 28015, la cual se compromete a mejorar la competitividad de las micro

y pequeñas empresa, a través de la asistencia técnica, pero cabe decir que estas empresas para lograr esos beneficios deben estar formalizadas (Diaz, 2018, p. 13).

Características de las micro y pequeñas empresas

Por el incremento de las corporaciones que surgen entre las grandes compañías de un mundo industrializado; es común escuchar decir que la pequeña es la espina dorsal de las economías; tanto en los países en desarrollo como en los que están en vías de desarrollo como es los que están en vías de desarrollo (Poveda, 2017, p.39).

Las micro y pequeñas empresas son unidades empresariales formales, con niveles de empleo entre 1 a 199 empleados, con venta anuales en el rango de 100 mil hasta 5 millones de dólares; y activos en el rango de 100 mil hasta 4 millones de dólares, según se detalla en la tabla 1.6 desde el punto de vista legal La superintendencia de compañías, valores y seguros divide a las empresas en dos tipos Poveda (2017):

- Compañía limitada: es la empresa de tipo familiar (2 a 15 socios), tiene un capital.
- Cerrado (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la bolsa de valores.
- Compañía anónima: no tiene límite de socios y posee capital abierto (número ilimitado de acciones que si se puede cotizar en la bolsa de valores. (p. 40).

Políticas y planes de desarrollo para el sector empresarial

En el plan Nacional para la competitividad de las empresas 2011-2021 se definen tres tipos de estratos que permiten caracterizar a las empresas peruanas Alberti & Villena (2015).

- Nuevos emprendimientos: las empresas que han surgido por iniciativas concebidas por un enfoque de oportunidad; los emprendedores son personas que buscan su autorrealización y la generación de sus propios ingresos, también apuntan a la innovación, a la creatividad y aun cambio en su calidad de vida, este estrato debe

conocer su mercado y debe estar predispuesto a asumir riesgos y condiciones de trabajo dificultosas; ya que el identificar o crear nichos de mercados no es un trabajo fácil; así mismo tienen como característica el trabajar con un capital mínimo y obtener niveles de ventas limitadas.

- Microempresa de subsistencia: se caracterizan por ser aquellas con unidades económicas con capacidades de generar utilidades. Lo cual perjudica y pone en peligro su capital; por tanto, las empresas en este estrato se dedican a actividades que no requieren de mayor exigencia de transformación, pero si existiesen algunas con ese requerimiento se desarrollan con tecnología rudimentaria.
- Microempresa y pequeña empresa de acumulación: este estrato se enfoca en la capacidad de generación de utilidades que le permite mantener y desarrollar el capital con el cual se inició y también poder invertir en el crecimiento de las empresas, también se caracterizan por contar con una mayor cantidad de activos y con una mayor capacidad de generar empleo remunerado. (p.114).

Importancia de las micro y pequeñas empresas

La importancia que tienen las micro y pequeñas empresas es el crecimiento económico, sin embargo, viven enfrentadas a muchos problemas tanto internos como externos que les impiden llevar a cabo el proceso de fortalecimiento y expansión como son los mencionados por Quintero, Padilla & López (2015).

De acuerdo con Ojeda Gómez y Puga Murguía (2010) citado en Quintero, Padilla & López (2015) nos menciona que “las empresas enfrentan el reto de crear productos o servicios cada vez más complejos, así como realizar sus propios desarrollos tecnológicos”. (p. 46).

Estos retos son importantes de conquistar porque el conocimiento técnico y la tecnología son dos factores que aportan ventajas competitivas en este sector, para ellos es esencial satisfacer las necesidades de información que permite a la empresa ser innovadora.

Gestión

En cuanto a las gestiones puede decirse que son planes que han sido traducidos a proyectos puestos en términos de moneda corriente y que son el resultado de un cuidadoso análisis. Ello es verdad ya que constituyen una guía a la vez que unas metas fijada de antemano. Tanto las gestiones o presupuestos de materia prima como los presupuestos de ventas, de trabajo y de inversiones de capital, vienen a formas modelos de acción para una buena actividad directa. Elaborar un buen presupuesto asegura un buen funcionamiento y una correcta asignación de responsabilidades.

Tanto eso debe capacitar a los empleados tanto en técnicas de servicio al cliente como en un amplio conocimiento de la empresa y sus productos, al presentarse todo es debe fomentar en trabajo en equipo y evaluar sus síntesis del servicio al cliente. También está la manera en cómo tratar al cliente al momento de entrar y la despedida ay que esto es muy importante para el cliente por que se sentirá acogido y de un buen trato a si su persona.

Calidad

La historia de la humanidad esa ligada directamente con la calidad desde los tiempos remotos ya el hombre primitivo, al construir herramientas, armas, elaborara alimentos, confecciona la vestimenta, etc. Observaban las características del producto en busca continua de mejores que le proporcionaran ventajas competitivas. Esta búsqueda de calidad provoco el derrumbamiento de unas culturas y el florecimiento de otras, el control de la calidad se mantendría durante mucho tiempo como método fundamental y a veces único método para la obtención de la calidad.

La calidad se define como un conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos y responsabilidades y se implantan por medios de una planificación, el control de la calidad , el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad, la calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente a definir unos procesos que proporcionen productos aceptables por el cliente y mantener estos procesos bajo control proporcionado así a confianza como también a las organizaciones a sus clientes y su capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos de forma consciente para que se mejore o realice la satisfacción de los clientes.

Importancia de la calidad

De acuerdo con Rubio (2015) “indico que las empresas públicas, privadas y el ser humano solo se preocupan por sobrevivir y no por mejorar no aprovechan los recursos naturales no quieren ser competitivas porque tiene miedo al fracaso”.

Pero nos dan cuenta que esto les puede ayudar tanto como empresa y como persona, el ser humano solo espera a recibir órdenes es por eso que no va desarrollando sus capacidades, el desempleo se debe al trato que le dan el líder no tiene que ser autoritario o tener un liderazgo tradicional, el líder tiene que ser creativo desarrollar sus capacidades tener estrategia para poder manejar un grupo y llevarlos al éxito, los empleados, colaboradores se sentirán mejor y podrán ayudar dando opiniones porque ellos son los que interactúan de forma verbal con el cliente de forma directa ,si hay desarrollo y habilidades esta empresa podrá ser competitiva porque todos vana un solo propósito y junto a ello desarrollan sus habilidades.

Muchas empresas desarrollan y buscan la certificación de un sistema de gestión de la calidad basado en los requisitos de la norma ISO 9001 para obtener beneficios a corto plazo, como la posibilidad de presentarse a concursos en los que se exija poseer un certificado de la calidad, por exigencias de sus clientes, otras empresas en cambio, ven la implantación de un sistema de gestión de la calidad como una oportunidad de para lograr una mejora continua y aumento constante de la competitividad respecto a otras empresas del sector (Cortes, 2017, p. 227).

Gestión de calidad

La gestión de calidad consiste en eso en gestionar la forma de atender al cliente, dado siempre el negocio se ha identificado con competición que 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, Generalmente incluye el establecimiento de la política y los objetivos, la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora de la calidad (Rubio, 2016, p. 56).

Las normas ISO 9000 promueven la adopción de la orientación al proceso cuando se habla de desarrollar, implementar y mejorar la eficiencia de los sistemas de gestión de la calidad. Para que una organización funciones de manera eficiente, deben identificarse toda una serie de tareas relacionadas entre sí, un proceso puede considerarse como una actividad que, realizando unos recursos dados, es gestionada para transformas unos elementos de entrada en otros de salida. Estos elementos no tienen por qué ser exclusivamente físicos, sino que pueden ser información o un servicio (Cortes, 2017, p. 36).

La familia de normas ISO 9000 distingue entre requisitos de los productos y servicios y requisitos del sistema de gestión de calidad, los requisitos de los productos y servicios están especificados en las ISO 90001. Los requisitos del sistema de gestión de la calidad son genéricos y aplicables a cualquier tipo de organización, de cualquier sector y tamaño, independiente del producto que ofrezca Cortes (2017):

- Para la empresa el cliente es importante porque sin el cliente no hay ventas y sin ventas disminuye el empleo, es por eso que las empresas se ven en pleno desarrollo por la elección del cliente, para tener éxito tenemos que trabajar en equipo y tener un buen líder que sea creativo y ayude a generar la fidelidad del cliente.
- Ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades del cliente implica una doble orientación. Por una parte, los productos y servicios deben de cumplir con una serie de especificaciones técnicas que contemplen unos atributos técnicos concretos que permitan al producto o servicio tener una serie de características, por otra parte, la organización debe asegurar que esos incorporados consistentemente en el producto o servicio final. (p. 43).

También es necesario tener el control de la calidad en esto se refiere al proceso que pasa el producto alimenticio, para tener mejor calidad tendremos que trabajar con empresas que nos generen calidad del producto para que la empresa tenga una buena presentación y brindan un producto alimenticio.

Importancia de gestión de calidad

De acuerdo con Solis (2017) Las empresas actuales están afectadas al comercio electrónico y en internet como un elemento el desarrollo rentable y que cambia los límites tradicionales de la relación con el cliente, el objetivo de todo proceso de calidad es la adaptación de la realidad de la empresa a los nuevos mercados, los nuevos productos y servicios que el mercado demanda.

Gestión para el éxito sostenido de una organización (la norma ISO 9004):2009

La norma ISO 9004 analiza cada uno de los requisitos de la norma ISO 9001, los desarrolla y aporta una serie de recomendaciones en las que se considera el potencial de mejora de la organización, la implementación de los principios recogidos en las normas ISO 9004 beneficiara no solo a la propia organización sino a cuantos se relacionan con ella. Estos principios de mejora entran basados en el ciclo de mejora (Cortes, 2017, p. 54).

Las partes interesadas que son beneficiadas por el uso de las recomendaciones de estas normas Cortes (2017) son:

- Clientes y usuarios: que recibirán productos que son conformes a los requisitos; e incluso exceden sus expectativas. Serán entregados a tiempo y con condiciones económicas favorables.
- Personal de la organización: que obtendrán mejores condiciones de trabajo mayor satisfacción laboral; mayor salud y seguridad, mejora en la moral, estabilidad laboral, y en una mejor calidad ambiental.
- Dueños y acciones de la organización: que conseguirán mayores rendimientos, mejores resultados de operación, mayor participación de mercado; mayores ganancias.
- Proveedores y socios; que obtendrán estabilidad y creciendo en sociedad, comprensión mutua.
- La sociedad en general que vera el cumplimiento de requerimiento legales y normativos; mayor salud y seguridad, reducción en los impactos ambientales y mayor seguridad. (p. 54).

Los aspectos principales que las normas ISO 9004: 2009 ayuda a mejorar acerca del sistema de gestión de la calidad son los Cortes (2017) siguientes:

- Aumento de la competitividad
- Mejorar la posición estratégica
- Mayor flexibilidad, para responder oportunamente al mercado
- Acelerar o reducir (según interese) los ciclos de procesos y actividades
- Evaluar la estructura de la organización para responder a las demandas y expectativas de un proveedor-cliente
- Buscar por oportunidades para agregar valor no solo a los clientes sino también a los suministros y al personal de la organización. (p. 55).

Mejora de gestión de calidad

El estándar internacional propone herramientas que debería usarse para la mejora continua como: la política de calidad los objetivos de la calidad, los resultados de auditorías o las acciones correctivas, la nueva ISO 9001 2015 explica que la reciente revisión de los principios de calidad ha dado lugar a un cambio en el principio de mejora continua, que ahora solo se llama mejora. Resulta que las revisiones de las ISO 9001 hace un uso más explícito de los principios de gestión de la calidad, por lo que se adopta también el término de mejora para estar en consonancia con ellos (Cortes, 2017, p. 56).

La cláusula 10.2 de la norma hace alusión a lo que venimos hablando, toma el nombre de mejora. Esta cláusula dice que la organización debe, por un lado, mejorar continuamente la idoneidad, adecuación y eficacia del sistema de gestión de la calidad, y por otro los proceso los vienen y servicios Cortes (2017) para dar respuesta a:

- Resultados de análisis de datos.
- Cambios en el contexto de la organización.

- Cambio en el riesgo identificado.
- Nuevas oportunidades. (p. 56).

Es importante que las organizaciones evalúe, priorice y determine la mejora a implementar.

Atención al cliente

Es fundamental para la buena marcha de cualquier empresa ya sea grande o muy pequeña, tan fundamental es para la empresa, que constituye una gran parte de su planificación estratégica. Muchas empresas se distinguen de sus competidores por realizar una buena estrategia de atención al cliente ¿Qué es necesario para realizar bien este proceso con el cliente? Se debe aplicar las técnicas eficaces a través de los procesos de comunicación e información, conocer que obstáculos nos podemos encontrar en una comunicación, realiza una comunicación eficaz. Pero de poco va a servir todo lo anterior si no realizamos una escucha activa con nuestro cliente (Díaz, 2014, p. 13).

Es importante señalar que todos estos beneficios anteriores han sido debidamente comprobados y demostradas mediante estudios e investigaciones firmes, en algunos casos a nivel mundial, por todo lo anteriormente señalado podemos afirmar que la mejora continua de la atención al cliente es un medio para lograr la fidelización de los clientes a la empresa.

Servicio de atención al cliente

Constituye una forma de atención a las demandas que los ciudadanos realizan a la consejería de innovación, ciencia y Empresa con el principal objetivo de facilitar de forma rápida y personalizada toda la información que el usuario requiera de la consejería. Los objetivos que persigue (Ramos, 2014) el servicio de atención es:

- Acerca la consejería a los clientes, con la especial finalidad de lograr una atención personalizada

- Aprovecha las ventajas de las nuevas tecnologías de la información para facilitar la relación de los ciudadanos con la administración
- Conseguir una mayor calidad de los servicios de información y atención al ciudadano. (p. 49).

Técnicas de atención básica a los clientes

El cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política e cualquier empresa, superadas las teorías que se sitúan al producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido este como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se oferta y por supuesto, la relación con el cliente.

Tipología de clientes

Se considera cliente a cualquier persona que recibe el producto o proceso o es afectado por el, es la fuente principal de información que permite a la empresa:

- Son las personas más importantes para cualquier organización.
- Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- Un cliente no interrumpe a su trabajo, sino a que es la finalidad del mismo.
- No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que este es su obligación.
- Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos.
- Merecen el trato más amable y cortes.
- Representan tan el fluido vital de la organización sin ellos la organización no tendría razón de ser.

Según: Maslow para motivar a las personas es necesario conocer el nivel jerárquico en el que se encuentran sus necesidades, para establecer estímulos relacionados con dicho nivel o con un nivel inmediatamente superior en la escala.

Novedades del Servicio de atención

De acuerdo con Ramos (2014) Como novedades que presenta el servicio se encuentran las siguientes:

- Mejorar el entorno físico de atención, tendente a conseguir una oficina moderna eficaz y flexible.
- Implantar un sistema de direccionamiento, que permita la eliminación de la aglomeración de usuario, reducción de los tiempos de espera y optimación de los recursos humanos, adecuado los puntos de atención al número de ciudadanos demandantes en cada momento.
- Introducción de la cita previa en la atención personalizada al cuidado
- La instalación de puntos de autoservicios. (p. 50).

El proceso formativo y la atención al cliente

Según Ramos (2014) Cuando se planteen iniciar un nuevo proceso formativo destinado a la calidad de servicio y a la atención al cliente, no duden en introducir ente concepto del sentido escénico.

- Aclaren bien el concepto de rol (obligaciones y expectativas).
- Analicen bien la capacidad expresiva de cada personal (verbal y no verbal).
- Observen su orientación hacia el servicio.
- Trabajen con técnicas de modelaje y repetición.
- Practiquen la escucha activa.

- Determinen con precisión lo que indican los manuales de procedimiento (que, como, donde a quien).
- Creen procedimientos para evaluar con regularidad el mantenimiento de la calidad en atención.
- No duden en disponer de una persona que dirija y modele (como un director de escena o alguien que ejemplarice el modelo de seguir.
- Hagan rotación de los puestos. No permitan caer en la mecanización.
- Trabajan gradualmente la inteligencia emocional. (p. 51).

La importancia de trabajar bien este punto final ha quedado demostrada en algunos estudios como en el de Bergeron, Fallu y Roy, estos autores llegaron a la conclusión de que la impresión final influenciaba positivamente la satisfacción del cliente concretamente, se refirieron a la impresión final que obtenía el cliente tras un contrato en un entorno de venta.

La calidad del servicio de atención al cliente

La gestión de la calidad se debe centrar no solo en la calidad del producto, sino también en los medios para obtenerla, por lo tanto, el aseguramiento de la calidad y el control de los procesos son claves, una buena gestión de la calidad en la empresa forma parte de las estrategias de negocios para mantener y elevar las ventajas competitivas, cuando hablamos en estos términos hay que hacer mención a la calidad total que es la que se extiende a cualquier actividad que desarrolle la empresa Esta calidad total tiene unas características muy determinadas. (Díaz, 2014, p. 61):

- Conforme a unas especificaciones, significa que la calidad debe medirse en función de si se cumple unas especificaciones diseñadas en los productos o servicios.

- Satisfacción al cliente el producto o servicio tendrá la suficiente calidad cuando satisfaga o supere las expectativas de los clientes.
- Valor relacionado con el precio, con ello se quiere decir que la calidad de un producto no puede desvincularse de su coste y de su precio (valor que obtenemos por el precio pagado).
- Excelencia, se logra cuando a un producto o servicio se les aplican los mejores componentes la mejor gestión y realización de procesos.

Con las normas de calidad lo que se pretendía era garantizar que los productos y servicios no tuvieran fallos y así poder elevar la productividad.

Satisfacer al cliente

Los equipos de trabajo no solo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias, cuando así se requiera, todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, tratase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto, el mantenimiento de altos niveles de calidad en la atención al cliente genera a las empresas los siguientes:

- Mayor lealtad de los clientes.
- Incremento de las ventas y la rentabilidad (la alta calidad permite, entre otras cosas, fijar precios más altos que la competencia).
- Ventas más frecuentes, mayor repetición de negocios con los mismos clientes.
- Mayor nivel de ventas individuales a cada cliente (los clientes satisfechos compran más de los mismos servicios y productos).
- Mas ventas ya que los clientes satisfechos se muestran más dispuestos a comprar los otros servicios o productos de la empresa.

- Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca a boca, las referencias de los clientes satisfechos.

Modelo para maximizar la satisfacción y la lealtad del cliente

Las interacciones de los clientes con la atención representan oportunidades para prevenir y solucionar problemas, aumentar la lealtad, y generar una buena boca a boca o bien todo lo contrario. Y para esto nos dan las medias que una empresa debe tomar para maximizar la satisfacción de los clientes con efectividad en los costos, a las cuales voy a agregar una cuarta tarea más avanzada Goodman (2014):

- Maximizar la cantidad de problemas que los clientes experimentan haciendo las cosas bien la primera vez.
- Responder de manera efectiva a las consultas e inquietudes que surjan.
- Enviar la información sobre las consultas y los problemas a las partes correspondientes para que puedan prevenirlo o abordarlos de manera proactiva.
- Aprovechar las oportunidades para vender productos auxiliares o de mejor calidad, u ofrecer mayor calidad de servicio además de crear conexión y delito (p. 45).

Como fijar objetivos de atención estratégicas

La atención al cliente estratégicas exige que se fijen objetivos de experiencia del cliente y que luego se los lleve a objetivos tácticos, a pesar de que muchas empresas trabajan arduamente para brindar un servicio superior la plana mayor de ejecutivos no suele pensar en los ajustes entre la atención al cliente y las estrategias comerciales, de marketing y de experiencia total del cliente por lo tanto fija objetivos al nivel del proceso a lo largo de dimensiones tácticas como el tiempo empleado haciendo la fila y los llamados tomados por cada representante, para establecer objetivos de manera estratégica.

La gerencia debe en primer lugar definir los objetivos y el papel estratégico y tático de la función de la atención y luego traducirlos en metas que el gerente financiero y el departamento financiero puedan aceptar para luego proveer fondos Goodman (2014).

Deben incluir:

- Lealtad. Motivada por la iniciativa de evitar problemas, por el boca a boca positivo y por la venta cruzada. La lealtad se mide a través de las encuestas y en última instancia. en las finanzas.
- Valor. Motivado por una reputación de servicio y calidad excelentes. se mide por la métrica de las operaciones y las encuestas de cliente.
- Boca a boca. representado por el porcentaje de clientes nuevos provenientes de boca a boca positivos.
- Voz del cliente eficaz. Implica detectar cuales son los focos de molestia y el perjuicio a los ingresos por mes, y detectar las mejores oportunidades para sumar valor y tomar medidas basadas en dichas oportunidades.
- Menor riesgo y costo asociados. Se logran haciendo las cosas bien la primera vez, capacitando al cliente y evitando problemas se mide por los reclamos de seguros y de responsabilidad civil del fabricante, y las quejas ante entes reguladores e intervenciones.
- Satisfacción elevada de los empleados. Representada por al menos el 80 por ciento de, los empleados que se sientan exitosos en su trabajo y orgullosos de la marca, y por pocos cambios en el personal. (p. 64).

Tipos de consumidores:

- **Características:** su curiosidad y agilidad mental hacen perder el tiempo, quiere saberlo todo, exige mucha información sobre asuntos que no son de su incumbencia.

- **Simpatía:** quiere ser muy gracioso y llamar la atención con sus apuntes simpáticos, se puede sobrepasar siendo indelicado.
- **Inseguro:** personas con poca confianza en sí misma, suelen no saber lo que quieren o no son capaces de comunicarles con claridad la comunicación con estas personas es difícil.
- **Miedoso:** se amedrenta ante los ofrecimientos o sugerencias, el mismo se crea una desconfianza de las intenciones de las personas.

La importancia de la apariencia personal

La uniformidad es uno de los más importantes a tener en cuenta pues ellos son los que repretarían a la empresa sobre todo la categoría y el personal que lo compone, los uniformes podrán variar según la filosofía de la empresa, pero siempre tendrá que permitir la distinción entre los diferentes rangos del personal, atendiendo siempre a principios de elegancia.

Es importante la acogida como la despedida son momentos cruciales y de vital importancia para comenzar con un buen desarrollo de un servicio agradable siendo en todo momento amable agradable y respetuoso con el cliente.

Como dar una buena atención al cliente al cliente en restaurantes

Según Alanis (2017) Elementos de la atención al cliente tiene los siguientes elementos las cuales son el entorno, la empresa y los empleados cada uno cumple un rol fundamental en el desarrollo de la atención al cliente.

Entorno: son los que están alrededor de los elementos físicos y accesorios para el funcionamiento de la empresa.

Organización: son los que conforman elementos tangibles o intangibles que se dan para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Empleados: es la parte del funcionamiento que respaldara a la empresa dando una buena simpatía para los clientes. (p. 23).

Fidelizar al cliente

Un cliente fiel puede traer nuevos clientes y esto nos permite lograr que se vuelva a adquirir nuestros productos o a visitarnos y que muy probablemente nos recomiende a otros consumidores lo que hará que aumente nuestras ventas Castillo (2015).

Algunas técnicas para poder fidelizar a nuestros clientes:

Brindar un buen servicio al cliente.

Mantener el contacto con el cliente.

Buscar un sentimiento de pertenencia.

Ofrecer un producto o servicio de buena calidad. (p. 45).

Finalidad de la calidad de servicios:

Según la American Society for Quality Control calidad es la totalidad de funciones y características de un producto que determinan la capacidad para satisfacer las necesidades de un grupo de usuarios, cuando una empresa quiere mejora sus servicios hacia el cliente deberá tener en cuenta una serie de premisas que se tendrá que estudiar (Rengifo & Choclote, 2017):

- Encontrar una relación con referencia determinada.
- Identificar los puntos fuertes y débiles.
- Centrar los esfuerzos en dirigir y controlar el progreso y cuantificar los logros.
- Aumentar el conocimiento de la calidad de servicio.

2.3 Marco Conceptual

Mypes: Son empresas que están constituidas por personas naturales o jurídicas, las cuales van a iniciar un negocio y también contribuyen con el PBI, por lo que el nacimiento de la empresa contribuirá con el empleo.

La gestión: La calidad conocida como un conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o cliente, calidad no necesariamente es lujo, complicación, tamaño, excelencia. Muchos productos de alta calidad son de diseños sencillos, con mínimas complicaciones.

Calidad: El conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema producto, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario, la calidad supone el cumplimiento por parte del producto de las especificaciones para las que han sido diseñado, que deberán ajustarse a las expresadas por el cliente.

Atención al cliente: Es escucharle, aceptar sus sugerencias y reclamos, responder con cortesía a sus peticiones, y todo ello conforma una parte del servicio que recibe el cliente, la atención al cliente se puede realizar mucho más eficazmente si se tiene en cuenta que esta sigue una secuencia que corre las fases de presentación, atención, comprensión, solución, despedida.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

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

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable de gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente solo se observó tal y como se presentó en la realidad, sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal porque el estudio de investigación: Gestión de calidad con el uso de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Chimbote, 2018. Se desarrolló en un espacio determinado teniendo un inicio y un final específicamente 2018.

Fue Descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2018.

4.2 Población y muestra

Población

Se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote año 2018. La recopilación de información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. (Ver anexo 3)

Muestra

Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Chimbote año 2018. Porque solo participaron las micro y pequeña empresa que brindaron información para el desarrollo del trabajo de investigación. (Ver anexo 3)

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de dimensión
Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas de atención al cliente en restaurantes	Son personas emprendedoras de diversas edades de ambos géneros que tiene una idea de negocio y buscan la oportunidad de ponerlos en marcha con la finalidad de generar rentabilidad.	Los representantes se les dirigió algunas características acerca de la edad, genero, grado de instrucción, cargo de desempeño y tiempo que desempeña en el cargo	Edad	- 18 a 30 años. - 31 a 50 años - 51 años a más.	Ordinal numérico
			Género	- Masculino. - Femenino.	Nominal
			Grado de instrucción	- Sin instrucción - Educación básica - Superior no universitaria. - Superior universitaria	Nominal
			Cargo que desempeña	- Dueño - Administración	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	- De 0 a 3 años - De 4 a 6 años - De 7 a mas	Ordinal numérico

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Características de las micro y pequeñas empresas	Son empresas pequeñas que inician con un pequeño capital en cual han invertido bien por lo tanto llevan varios años de permanencia en el rubro, tiene como trabajadores a familiares y a personas no familiares las cuales desempeñan un puesto de trabajo dentro de las empresas las cuales tienen objetivo generar rentabilidad.	Las micro y pequeñas empresas se les dirigió algunas características básicas sobre el tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, el número de trabajadores , quienes trabajan en su empresa y el objetivo que tiene la empresa	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	<ul style="list-style-type: none"> - De 0 a 3 años - De 3 a 6 años - De 7 a más años 	Ordinal numérico
			Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores 	Ordinal numérico
			Vínculo familiar	<ul style="list-style-type: none"> - Familiares - Personas no familiares 	Nominal
			Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias. - Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente	La gestión de calidad es un factor de producción y recursos económicos es la responsable de lograr una combinación de atención al cliente y a su vez liderando y motivando al personal a los efectos de un aprovechamiento excelente de los trabajadores y datos esto llega a satisfacer al cliente para que se sienta conforme.	La gestión de calidad se les pregunto acerca del conocimiento de gestión de calidad, si utilizan algunas técnicas modernas, las dificultades que presentan sus trabajadores, como miden su rendimiento, así mismo si es que la gestión de calidad ayuda a cumplir los objetivos de la empresa y también	Conocimiento del término de Gestión de calidad	- Si - No - Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad	- Benchmarking - Atención al cliente - Empowerment - La 5 s - Outsourcing - Otros - Ninguno	Nominal
			Dificultades en los trabajadores para la gestión de calidad	- Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento del personal	- La observación - La evaluación - Escala de puntuación	Nominal

		sobre el conocimiento de atención al cliente, y si es que aplican la gestión de calidad con el servicio de los clientes y sobre todo si		- Evaluación de 360° - Otros	
		es que dan una buena atención al cliente y para esto utilizan algunas herramientas, tienen principales factores y si se está dando una buena atención al cliente y sobre la mala	La gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio	- Si - No - A veces	Nominal
			La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas	- Si - No - A veces	Nominal
			Conocimiento del término atención al cliente	- Si - No - A veces	Nominal
			Aplicación de la gestión de calidad en el servicio brindado a los clientes	- Si - No - A veces	Nominal
			Importancia de la atención al cliente para el regreso de los consumidores	- Si - No - A veces	Nominal

		atención que brinda y los resultados que ha obtenido la empresa	Herramientas de servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Confianza - Retroalimentación - Ninguno 	Nominal
			Principales factores para la calidad de servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada - Rapidez en la entrega de los productos - Las instalaciones - Ninguno 	Nominal
			Nivel de atención que se brinda a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Buena - Regular - Malo 	Nominal
			Causas de una mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - No tiene suficiente personal - Por una mala organización de los trabajadores - Si brindan una buena atención al cliente 	Nominal

			Resultados de una buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes satisfechos - Fidelización de los clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento en las ventas 	Nominal
--	--	--	---	---	---------

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario estructurado con 23 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes: Las 5 primeras están dirigidas a los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes se dirige a las características de las micro y pequeñas empresas y las 14 preguntas sobre las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente. (Ver Anexo 4)

4.5 Plan de análisis

Después de que se aplicó el cuestionario a través de la técnica de encuestas se utilizó para el procedimiento y el análisis de bases de datos el programa Microsoft Excel para el procesamiento de la información y elaboración de las tablas y figuras estadísticas así mismo se utilizó el programa Word para la redacción del trabajo de investigación, además se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación y se utilizó el programa Power point para la elaboración de la ponencia de la investigación y se utilizó el programa antiplagio Turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumentos
<p>¿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 del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?</p>	<p>Objetivo General: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018</p> <p>Objetivos específicos Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes</p>	<p>Gestión de calidad bajo el enfoque de atención a los clientes</p>	<p>Se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote año 2018. La recopilación de información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. Se utilizó una muestra de 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Chimbote año 2018. Esta información se</p>	<p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable de gestión de calidad con el enfoque de atención al cliente solo se observó tal y como se presentó en la realidad, sin sufrir ningún tipo de modificación es Fue transversal porque el estudio de investigación : Gestión de calidad con el uso de atención al</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado</p>

	<p>del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Describir la característica de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Identificar r las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en el micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Chimbote, 2018</p>		<p>obtuvo solo de los representantes de las micro y pequeñas empresas que brindaron información para realizar el trabajo de investigación</p>	<p>cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Chimbote, 2018. Se desarrolló en un espacio determinado teniendo un inicio y un final específicamente 2018</p>	
--	--	--	---	--	--

4.7 Principios éticos:

En esta investigación se ha utilizado los principios éticos:

Protección a las personas: se utilizó para el cuidado de su identidad y su privacidad por haber aportado sus fundamentos a mi investigación

Cuidado del medio ambiente y la Biodiversidad: Se utilizó mediante el reciclaje del papel utilizándolo por ambas caras sin desperdiciar, así mismo también el cuidado de la electricidad como es una laptop la cual utilice para desarrollar mi investigación.

Libre participación y derecho a estar informado: Se utilizó mediante el consentimiento informado la cual se le informo al participante acerca del trabajo de investigación que estuve realizando para fines específicos de mi informe sin antes indicarle que su aporte no le causaría ningún daño.

Beneficencia y no Maleficencia: Se respetó todas las opiniones del participante que brindaron su información para poder concluir con mi investigación sin causarle ningún daño.

Justicia: Se trató equitativamente a todos los participantes por haber brindado la información para el proceso de mi investigación

Integridad científica: Se mantuvo los conflictos de intereses de la investigación, por lo cual menciono que la integridad de mis colaboradores está protegida y gracias a la información confidencial pude concluir con mi investigación

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Datos generales	n	%
Edad		
18 - 30 años	5	50.00
31 - 50 años	3	30.00
51 a más años	2	20.00
Total	10	100.00
Género		
Masculino	4	40.00
Femenino	6	60.00
Total	10	100.00
Grado de instrucción		
Sin Instrucción	0	0.00
Educación básica	0	0.00
Superior no universitaria	4	40.00
Superior universitaria	6	60.00
Total	10	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	6	60.00
Administrador	4	40.00
Total	10	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	3	30.00
4 a 6 años	4	40.00
7 a más años	3	30.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Micro y pequeñas empresas	n	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	3	30.00
4 a 6 años	4	40.00
7 a más años	3	30.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	6	60.00
6 a 10 trabajadores	3	30.00
11 a más trabajadores	1	10.00
Total	10	100.00
Vínculo familiar		
Familiares	3	30.00
Personas no familiares	7	70.00
Total	10	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	8	80.00
Subsistencia	2	20.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Tabla 3.

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Gestión de calidad en atención al cliente	n	%
Conocimiento del término Gestión de Calidad		
Si	7	70.00
No	1	10.00
Tengo cierto conocimiento	2	20.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	4	40.00
Atención al cliente	2	20.00
Empowerment	1	10.00
La 5 s	0	0.00
Outsourcing	3	30.00
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00
Dificultades en los trabajadores para la gestión de calidad		
Poca iniciativa	2	20.00
Aprendizaje lento	3	30.00
No se adapta a los cambios	2	20.00
Desconocimiento del puesto	3	30.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	4	40.00
La evaluación	6	60.00
Escala de puntuación	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas		
Si	8	80.00
No	0	0.00
A veces	2	20.00
Total	10	100.00

Continúa...

Tabla 3

Característica de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Gestión de calidad en atención al cliente	n	%
Conocimiento del término atención al cliente		
Si	9	90.00
No	0	0.00
A veces	1	10.00
Total	10	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio brindado a sus clientes		
Si	10	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	10	100.00
Importancia de la atención al cliente para el regreso de los consumidores		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00
Herramientas de servicio de calidad		
Comunicación	3	30.00
Confianza	5	50.00
Retroalimentación	2	20.00
Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00
Principales factores para la calidad en el servicio brindado a los clientes		
Atención personalizada	4	40.00
Rapidez en la entrega de los productos	5	50.00
Las instalaciones	1	10.00
Ninguno	0	0.00
Total	10	100.00
Niveles de atención que se brinda a los clientes		
Buena	10	100.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa ...

Tabla 3

Característica de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

			Concluye
Gestión de calidad en atención al cliente	n	%	
<hr/>			
Causas de una mala atención al cliente			
<hr/>			
No tiene suficiente personal	2	20.00	
Por una mala organización de los trabajadores	5	50.00	
Si brindan una buena atención al cliente	3	30.00	
Total	10	100.00	
<hr/>			
Resultados de una buena atención al cliente			
<hr/>			
Clientes satisfechos	5	50.00	
Fidelización de los clientes	4	40.00	
Posicionamiento de la empresa	0	0.00	
Incremento en las ventas	1	10.00	
Total	10	100.00	

Fuente: *Cuestionario dirigido a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de Chimbote 2018*

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Característica de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Edad. El 50% de los representantes tiene de 18 a 30 años, estos resultados coincide con el estudio de Atravero (2015) quien manifestó que el 60% tienen de 18 a 30 años, asimismo coincide con los resultados encontrados por Luna (2016) el 52.2% tienen entre la edad de 18 a 30 años, a su vez coincide con el estudio de Jauregui (2017) el 50% de los representantes tienen entre la edad de 18 a 30 años, pero se contrasta con el trabajo de investigación de Bueno (2018) nos menciona que el 62.5% tiene entre la edad de los 31 a 50 años de edad, contrasta con el estudio de Hernández (2015) el 40% tienen entre la edad de 30 a 40 años, contrasta con el estudio de Ríos (2015) el 35% tienen entre la edad de 35 a 44 años, contrasta con el estudio de Gaviria (2018) quien manifestó que el 64% tienen entre la edad de 40 a 49 años, teniendo en cuenta que en la actualidad aún no se rige con la modalidad de que los jóvenes también pueden llegar a tener cargos importantes

Género. El 60% son de género femenino, estos resultados coinciden con el estudio de Hernández (2015) el 66,67% son de género femenino, coincide con el estudio de Gaviria (2018) el 64% son de género femenino, coincide con lo encontrado en el estudio de Atravero (2015) lo cual el 60% son de género femenino, así mismo coincide con el estudio de Bueno (2018) el 50% son de género femenino, pero contrasta con el estudio de Ríos (2015) ya que el 65% son de sexo masculino, contrasta con el estudio de Luna (2016) ya que el 60.9% son de sexo masculino, contrasta con el estudio de Jauregui (2017) quien manifestó en sus resultado que el 50% son de sexo masculino, esto nos da a entender que años atrás el sexo femenino no era de mucha importancia para las empresas, pero hoy en día eso está cambiando como resultado vemos que el sexo femenino ya está ocupando puestos donde pueda desarrollar su capacidad y poder mejorar o tener cambios dentro de

la empresa ahora existe la igualdad que el sexo femenino también puede realizar cualquier proyecto

Grado de instrucción. El 60% de los representantes tienen superior universitario estos resultados coinciden con el estudio de Atrevero (2015) quien manifestó que el 80% tienen superior universitario, pero contrasta con el estudio de Gaviria (2018) quien manifestó que el 44% tienen grado empírico, contrasta con el estudio de Hernández (2014) quien menciona que el 53.3% solo tienen secundaria completa, contrasta con el estudio de Luna (2016) quien manifestó que el 57.8% solo tienen grado de instrucción universitaria, contrasta con el estudio de Ríos (2015) quien manifestó que el 60% predominan la instrucción superior universitaria completa, y contrasta con el estudio de Jauregui (2017) el cual manifestó que el 71% solo tienen un grado de instrucción superior no universitaria, esto nos indica que están mejorando e cuento al colaborador, cada vez están poniendo a personas profesionales, esto ayudara a las personas a motivarlos a estudiar para que puedan tener un alto nivel de rendimiento y puedan hacer que la empresa sea competitiva

Cargo de desempeño. El 60% de los representantes son los mismos dueños quienes están a cargo, manifestaron que es mejor interactuar con los trabajadores porque esto genera ver los problemas internos, estos resultados coincide con el estudio de Luna (2016) que el 47.8% se consideran como dueños ante todos los trabajadores, coinciden con el estudio de Jauregui (2017) el 75% son los mismos dueños, así mismo coincide con el estudio de investigación de Bueno(2018) quien menciona que el 75% son los dueños, la mayoría prefiere atender sus propias empresas y estar pendientes de todo lo que ocurra para que pueda solucionar los problemas y no tome dicciones teniendo en cuenta su riesgo.

Tiempo que desempeña en el cargo. El 40% de los representantes llevan un tiempo laborando entre 4 a 6 años estos resultados contrastan con el estudio de Atrevero (2015) en su estudio menciona que el 70% tienen un tiempo desempeñando de 2 a más, contrasta con

el estudio de Campos (2015) el 43.5% tienen un tiempo desempeñando 3 años, contrasta con el estudio de Luna (2016) el 62% tienen un tiempo desempeñando 3 años, como sabemos en la actualidad debemos estar innovando para que podamos ser competitivos y el cliente nos escoja, anteriormente solo lo hacían para que tengan su puesto de trabajo quedándose siendo una persona eficaz no eficiente

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro. El 40% de los representantes trabajan en este rubro de 4 a 6 años estos resultados coinciden con el trabajo de investigación de Bueno (2018) el 62.5% tienen un tiempo desempeñando en el rubro de 4 a 6 años pero se contrasta con el estudio de Gaviria (2018) quien manifestó que el 40% llevan desempeñando en el rubro de 4 a 8 años, contrasta con el estudio de Ríos (2015) el 62% tienen un tiempo desempeñando en el rubro de 5 a 7 años, contrasta con el estudio de Jauregui (2017) el 37.5% tienen un tiempo desempeñando en el rubro 7 años, son muy pocos los cuales prefieren personal nuevo, no se dan cuenta que es mejor tener a personas nuevas para que podamos enseñarles el manejo de la empresa y pueda darnos resultados favorables porque así queremos que lo presente

Número de trabajadores. El 60% las empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores, estos resultados coincide con el estudio de Campos (2015) 62% quien manifestó que cuentan con la cantidad de menos de 5 trabajadores, coincide con el estudio de Luna (2016) 62% que cuentan con la cantidad de 1 a 5 trabajadores, coincide con el estudio de Atrevero (2015) el 90% tienen una cantidad de 1 a 5 trabajadores, pero se contrasta con la investigación de Jauregui (2017) el 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores, contrasta con el estudio de Gaviria (2018) el 72% tienen de 5 a 8 trabajadores, hoy en día todo es por internet esto a echo que se reduzcan los trabajadores también la buena organización, así tengan pocos cuando saben organizarse pueden lograr las metas propuestas y o ahí la necesidad de implementar más personal

Vínculo familiar. El 70% de los encuestados respondieron que los que trabajan no son familiares, estos resultados coincide con el estudio de Bueno (2018) el 87.5% no laboran con familiares, prefieren esto porque creen que es conveniente que en los negocios no puede estar implicada los familiares para evitar los comentarios de favoritismo y ocurra problemas internos los cuales afectaría tanto en el grupo como la imagen de la empresa, las empresa optan por personas no familiares para no tener problemas familiares involucrado el trabajo con lo personal y para evitar eso , contratan a terceras personas

Objetivo de creación. El 80% mencionaron que la meta de la empresa es generar ganancia para que pueda enfrentar problemas monetarios que esté afectando la empresa, estos resultados coinciden con el estudio de Ríos (2015) el 45% la finalidad por la que se forma la empresa es para generar ingresos, coincide con el estudio de Jauregui (2017) el 100% tiene como objetivo maximizar las ganancias, las empresas tienen miedo de correr algún riesgo una cuando recién están empezando , quien tener una buena rentabilidad para poder crecer como empresa y estar en un rasgo de uno de los mejores restaurantes

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Conocimiento del término de gestión de calidad. El 70% si conocen acerca de gestión de calidad estos resultados coinciden con la investigación de Ríos (2015) 75% conoce y que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad, coincide con el estudio de Luna (2016) quien manifestó que el 60.9% conocen y aplican la gestión de calidad pero contrasta con el estudio de estudio de Jauregui (2017) el 62.5% no conoce el termino de gestión de calidad, contrasta con el estudio de Bueno (2018) que manifestó que el 100% no tiene conocimiento de gestión de calidad, contrasta con el estudio de Atrevero (2015) el 100% no conoce ni aplica la gestión de calidad, algunos representantes solo conocen pero

poco son aplicadas ya que esto demandaría para ellos estará mucho más pendiente, pero no se dan cuenta que esto les traería mejores beneficios y los problemas serian menos

Técnicas modernas de la gestión de calidad. El 40% los representantes utilizan la técnica moderna que es el Benchmarking porque les ayudara a mejorar su empresa por que ya cuentan con una idea y estos solo harán propuestas de mejora para el desarrollo de sus trabajadores estos resultados contrasta con el estudio Bueno (2018) el 62.5% utilizan la técnica de atención al cliente, contrastan con el estudio Atrevero (2015) 70% que manifestó que utilizan la técnicas de mejora continua, por lo que las empresas utilizan esta técnica para estar en competencia sin darse cuenta de que pueden ser mejores utilizando otras técnicas.

Dificultad en los trabajadores para la gestión de calidad. El 30% los representantes mencionaron que se le es difícil que sus trabajadores aprendan rápido es por eso que van con un aprendizaje lento y esto conlleva porque desconocen del puesto, estos resultados contrastan con el estudio de Bueno (2018) el 75% manifestó que la dificultad de los trabajadores es adaptarse a los cambios pero siempre hay que capacitarlos porque se necesita su participación voluntaria para poder avanzar y crecer así como persona y superarnos en un grupo, la realidad es que no son capaces de decir lo que está pasando por el motivo a sus despidos es por eso que prefieren tener opiniones cerradas y no se adapta a los cambios que pueda surgirse es por eso que siempre deben de tenerlos en comunicación porque si no este obstáculo se convertiría en una problema interno y lleva al retraso de los planes o metas que la empresa se había determinado

Técnicas para medir el rendimiento del personal. El 60% los representantes utilizan esta técnica que la evaluación ya que por medio de esto podrán interactuar y personalmente y saber cuáles son sus molestias o como va a mejorar cada día para poder crecer como empresa estos resultados contrastan con el estudio Gaviria (2018) quien manifestó que el

52.2% no evalúa a su personal, contrasta con el estudio Luna (2016) quien manifestó que el 56.6% utilizan otras técnicas como la mejora continua, las empresas utilizan estas técnicas para que puedan identificar los pequeños detalles que ocurre internamente con sus trabajadores midiendo su rendimiento y poder apoyarlos y motivarles para que tengan en cuenta que todo se le hace con el fin de ser una mejor persona y poder aportar propuestas ya que estos son los que interactúan con los clientes

La gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio. El 100% de los representantes nos indicaron que si contribuye con el rendimiento del negocio ya que podrán tener una mejor presentación y ayudara a generar ganancias para la empresa los resultados de esta investigación coinciden con el estudio de Bueno (2018) quien manifestó que el 62.5% afirmaron que la gestión de calidad si contribuye con el rendimiento del negocio, esto se refiere a que mejor calidad mejores utilidades tenga la empresa y podrá ser reconocida entre los consumidores ya que la mejor comunicación es la que llevan los consumidores

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas. El 80% los representantes dijeron que si ayuda mucho la gestión de calidad para poder alcanzar las metas un buen producto presentable lleva a mejores ventas, estos resultados coinciden con el estudio de Jauregui (2017) quien manifestó que el 100% de la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos de la empresa, ya que tienen que estar en completas supervisiones es lo que algunas empresas lo ven como que quita tiempo sin darse cuenta que es una de las mejores estrategias

Tabla 3. Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Conocimiento del término atención al cliente. El 90% de los representantes tienen conocimiento de que es atención al cliente que benéficos les trae como empresa y como persona, estos resultados coinciden con el estudio de Bueno (2018) que manifestó que el 62.5% conocen el término de atención al cliente, lo conocen porque es lo que tiene que hacer toda empresa tienen que brindar una buena atención al cliente

Aplicación de la gestión de calidad en el servicio brindado a los clientes. El 100% de los representantes mencionaron si aplican una buena gestión de servicio a sus clientes, estos resultados contrastan con la investigación de Gaviria (2018) el 76% manifestaron que no aplican la gestión de calidad, como vemos que poco a poco vamos mejorando en la calidad que damos a nuestros clientes

Importancia de la atención al cliente para el regreso de los consumidores. El 100% respondió que es fundamental tener una buena atención, porque gracias a esto ayudara a mejorar las vetas podremos tener mejores ganancias para poder seguir implementando en el negocio y ser competitivos como empresa, porque si no tuviéramos una buena atención la empresa decaería y la empresa se pondría en riesgo de pérdida y también dejaríamos de aportar con el trabajo y así aumentaría el desempleo

Herramientas de servicio de calidad. El 50% de los representantes mencionaron que una de las herramientas es tener una buena confianza y así tener la fidelidad de los clientes y podremos eliminar el riesgo estos resultados coinciden con el estudio de Bueno (2018) manifestó que el 50% utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, para los empresas creen conveniente que solo deben aplicar la confianza para que sus

trabajadores e sientan como en familia y trabajen en una sola meta, por lo que no dan pase a otras herramientas que también les puede ser mucho más importante

Principales factores para la calidad de servicio. El 50% mencionaron que el principal factor es la rapidez en la entrega de los productos para que el cliente no se aburra o que interprete que no lo queremos entender estos resultados coinciden con la investigación de Ríos (2015) quien manifestó que los principales factores es la buena atención que brinda a sus clientes, esto es muy importante porque tendrán un mejor trabajo en equipo dando la bienvenida y tener un ambiente favorable son puntos adicionales a diferencia de otros restaurantes

Nivel de atención que brinda a los clientes. El 100% de los representantes mencionaron que dan una buena atención al cliente esto les genera mejor rentabilidad estos resultados coinciden con la investigación de Bueno (2018) quien manifestó que el 62.5% consideran que la atención que brindan es buena, coincide con el estudio de Hernández (2015) quien manifestó que el 75% indicaron que la atención es buena, esto ocurre porque anteriormente se les dejaba pasar a personas que eran presentables en otro sentido había racismo , pero hoy en día vemos que los clientes están satisfechos con la atención que se les brinda así sea en cualquier restaurante que lleguen serán bien recibidos

Causas de una mala atención al cliente. El 50% se da por una mala organización de los trabajadores de que se encuentren en una falta de coordinación falta de confianza para poder expresar lo que parece conveniente para la empresa o poder llevar un buen trabajo en equipo ya que esto es fundamental para poder desarrollar las actividades sin tener interrupciones estos resultados contrastan con el estudio de Bueno (2018) quien manifestó que el 51% dan una mala atención es por no contar con suficiente personal, esto sucede cuando la empresa tienen un mala organización no se planifica muy bien.

Resultados de una buena atención al cliente. El 50% hemos logrado obtener una buena satisfacción por parte del cliente por lo que se les ha brinda una buena atención para esto el personal está capacitado para recibir al cliente y atenderlos en todo momento estos resultados coinciden con la investigación de Ríos (2015) quien manifestó que el 80% de los clientes se sentían satisfechos con el servicio que se les brinda, pero contrastan con el estudio de Bueno (2018) quien manifestó que el 37.5% solo han logrado fidelizar al cliente, sucede cuando le damos más importancia a un solo suceso y no estamos viendo que podemos lograr más que solo sentirse satisfechos

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son del género femenino, tienen un grado de educación básica y son dueños de su empresa. La minoría tienen entre la edad de 18 a 30 años y van desempeñando de 4 a 6 años.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias, prefieren que sus trabajadores sean personas no familiares la cantidad de trabajadores es de 1 a 5. La minoría de los representantes solo llevan laborando en el rubro de 4 a 6 años.

La totalidad de los representantes mencionaron que la gestión de calidad contribuye con el mejoramiento y el rendimiento del negocio aplicando la gestión de calidad que brindan a sus clientes, y gracias a ello los clientes regresen a establecimiento por lo que se sienten satisfechos con la buena atención que se les brinda. La mayoría de los representantes conocen el término de gestión de calidad lo cual ayuda a alcanzar las metas y objetivos de la empresa, así mismo los representantes aplican la técnica de la evaluación que les ayudara a medir el rendimiento de sus trabajadores y gracias a esta evaluación es que todos los colaboradores han logrado conocer más acerca del término de atención al cliente para que puedan brindar un mejor servicio. La minoría solo utiliza la técnica moderna que es el benchmarking, la dificultades que tiene toda empresa con sus trabajadores es el aprendizaje muy lento y el desconocimiento del puesto en la que están ubicados, las empresas han logrado desarrollar una herramienta básica que es la confianza para que puedan lograr una mejor coordinación dentro de los grupos de trabajos y podrán tener una mejor rapidez en la entrega de sus productos, esto ayudara a reducir los problemas internos como es la mala organización que tienen los trabajadores y puedan lograr mucho más de que solo el cliente se sienta satisfecho

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Evaluar mensual a los trabajadores para ver el rendimiento de cada uno por que hasta el más alto ejecutivo puede tener un problema que este afectado de una manera indirecta a la empresa, y esta evaluación se hace con el fin de solucionar los posibles problemas que pueden ocurrir inesperadamente y así evitamos que afecte a la calidad del producto que va a brindar a los consumidores

Implementar un plan de capacitación para todos, para que tengan el conocimiento de cómo se encuentra la empresa en qué situación está para que sus trabajadores se sientan en confianza y puedan aportar mejores propuestas y estas propuestas sean aceptadas

Brindar a los nuevos trabajadores para que vean su desempeño en el trabajo y sea un beneficio para la empresa para que puedan así mismo remplazar a los trabajadores que se encuentren en situaciones difíciles y la empresa no se vea afectada cuando un trabajador falte

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alanis, A. (27 de Noviembre de 2017). *Como dar una buena atención al cliente en restaurantes* . Recuperado de El blog para los restaurantes : <https://blog.menorquina.com/como-dar-una-buena-atencion-al-cliente-en-restaurantes>
- Alberti, G., & Villena, J. L. (2015). *Desarrollo territorial y cohesión social en América Latina: la visión de las PyME*. Madrid: Ediciones Octaedro, S.L. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4183851>
- Aranda, P. E. (2016). Competitividad a través de la diferenciación del producto y servicio en las Pymes de restaurantes, cafeterías y bares en la región binacional de Ciudad Juárez Chihuahua, México–El Paso Texas, Estados Unidos. *Doctorado en Investigación en el Colegio de Chihuahua*. Revista Iberoamericana de Turismo, Mexico . Recuperado de <file:///C:/Users/User/Downloads/2345-8630-1-PB.pdf>
- Atrevero. (2015). “Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015. *Tesis pregrado*. Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú, Chimbote.
- Barrios, R. (8 de Octubre de 2018). *La Republica*. Obtenido de Puno: Ministra de la Producción instaló mesa de trabajo con mypes de Juliaca: <https://larepublica.pe/economia/2019/10/08/puno-ministra-de-la-produccion-instalo-mesa-de-trabajo-con-mypes-de-juliaca-lrsd/>
- Bueno, M. M. (2018). Gestion de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb.21 de Abril, Chimbote, 2016.

Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Universidad Católica los Ángeles, Chimbote. Recuperado de file:///C:/Users/AMF%20SUPPORT/Downloads/Documents/GESTION_DE_CALIDAD_EN_LA_ATENCION_AL_CLIENTE_BUENO_MARTINEZ_MICELI_PAOLA.pdf

Camarena, M. E., & Saavedra, M. L. (2016). *Un estudio de las PYME lideradas por mujeres en Latinoamérica.* Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. México. México: Publicado: 30-09-2016. Recuperado de file:///C:/Users/AMF%20SUPPORT/Downloads/Documents/789-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2064-1-10-20161229.pdf

Campos, J. C. (2015). Gestión de calidad y competitividad de las mype rubro restaurantes cevicherías del asentamiento Humano la Primavera Castilla, 2015. *Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración.* Universidad católica los ángeles de chimbote, piura. Resuperado de file:///C:/Users/AMF%20SUPPORT/Downloads/Documents/Uldech_Biblioteca_virtual.pdf

Castillo , M. (2015). Calidad del servicio y lealtad del cliente en el restaurante mechita. *Informe de tesis.* Universidad nacional de trujillo, Cajabamba. Resuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4911/castillovillalva_margarita.PDF?sequence=1&isAllowed=y

Cortes, J. M. (2017). *istemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015).* Malaga : Editorial ICB, 2017. Accessed September 25, 2019. ProQuest Ebook Central. Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5349794>.

Cruz, M. L. (2016). *¿Por qué no crecen las Micro y Pequeñas empresas en México?* San Juan del Río Querétaro: -©ECORFAN. Recuperado de <file:///C:/Users/AMF%20SUPPORT/Downloads/Documents/29.pdf>

Díaz. (2018). La gestión de calidad universitaria y su relación con la mejora de la cultura organizacional de los docentes de la facultad de derecho de la universidad privada Telesup, 2018. *Maestro en ciencias de la educación con mención en docencia universitaria*. Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán Y Valle, Lima. Recuperado de <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/2057/TM%20CE-Du%203818%20D1%20-%20Diaz%20Silva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Díaz, F. M. (2014). *Atención básica al cliente: manual teórico*. Madrid : Editorial CEP, S.L., 2014. Accessed October 25, 2019. Recuperado de ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=4184455>.

Gaviria, J. A. (2018). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, Cluster restaurant turístico. distrito de Yarinacocha, año 2017. *Informe final de investigación*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Pucallpa. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5417/GESTION_ATTENCION_GAVIRIA_JUSTO_ANA_VICTORIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Goodman, J. (2014). *Atención estratégica al cliente*. Buenos Aires: Pluma Digital Ediciones, 2014. ProQuest Ebook Central. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5486850>
- Hernandez. (2015). Gestion de calidad, marketing y competitividad de las mypes del sector servicio rubro resraurantes del distrito de la esperanza, año 2014. *Informe de tesis para optar el titulo de licenciada en administracion*. Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote., Esperanza. Recuperado de [file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(1).pdf)
- Hidalgo, F. J. (2015). Modelo de gestion para mejorar la calidad de atencion al usuario del Gadm Canton Babahoyo. *Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios*. Universidad Regional Autónoma De Los Andes Uniandes, Babahoyo, Ecuador. Recuperado de <file:///C:/Users/AMF%20SUPPORT/Downloads/Documents/TUBADM009-2015.pdf>
- Inacal. (6 de Julio de 2016). *RPP*. Obtenido de Solo el 1% de empresas en Perú cuenta con sistemas de gestión de calidad: <https://rpp.pe/campanas/branded-content/solo-el-1-de-empresas-en-peru-cuenta-con-sistemas-de-gestion-de-calidad-noticia-977089>
- Jauregui, B. Y. (2017). Gestion de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanizacion lo heroes del distrito de Nuevo Chimbote 2014. *Tesis para optar el título profesional de*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Nuevo Chimbote. Recuperado de file:///C:/Users/AMF%20SUPPORT/Downloads/Documents/GESTION_DE_CA

LIDAD_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_JAUREGUI_BACA_YENNE.pdf

Jurado , G. (2014). Calidad de la gestion en el servicio y atencion al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro historico. (*Tesis de magister en administracion de empresas con mencion en gerencia de la calidad y productividad*. Pontificia univercidad catolica del ecuador-matriz facultad de ciencias administrativas y contables, Quito. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8010/TESIS%20POSTGRADO%20GISSELA%20JURADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Luna , K. (2016). Caracteristicas de la gestion de la caldad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en el distritode nuevo chimbote. (*Tesis para optar el titulo profesional de licenciado en administracion*. Univercidad uladech catolica los angeles de chimbote, Chimbote. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION_D E_CALIDAD_MYPES_LUNA_HUARINGA_KEVIN_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Poveda, M. T. (2017). *Modelo conceptual y procedimientos para contribuir al éxito de la puesta en marcha de micro, pequeñas y medianas empresas ecuatorianas*. La Habana: Editorial Universitaria. Accessed September 26, 2019. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5426305>.

Quintero, S. M., Padilla, L. S., & López, G. L. (2015). *Las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo económico, cultural y tecnológico de México*. Mexico: ditorial Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5513326>

Ramos, R. P. (2014). *Atención al cliente*. Malaga: Editorial ICB. Accessed October 25, 2019. Recuperado de ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5757758>.

Rengifo, M. A., & Choclote, A. C. (2017). Calidad del servicio en los albergues turísticos de la ciudad de Iquitos y su impacto en la percepción de los turistas. *Para optar el título profesional de*. Universidad Científica Del Perú, Perú – Iquitos. Recuperado de <file:///E:/Un%20troyano%20ha%20ocultado%20los%20archivos/2019/TALLER%204/REFERENCIAS/INTERNACIONAL.pdf>

Republica, L. (31 de Enero de 2017). *La Republica*. Obtenido de Solo el 1% de empresas ha obtenido certificación ISO 9001 en el Perú: <https://larepublica.pe/sociedad/844756-solo-el-1-de-empresas-ha-obtenido-certificacion-iso-9001-en-el-peru/>

Rios, C. M. (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. *Informe de tesis para optar el título profesional de licenciada en administracion*. Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote., Huanchaco. Recuperado de file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual.pdf

Rodriguez. (2016). Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanj, año 2016.

Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración. Universidad católica los ángeles de chimbote, Chimbote. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/629/gestion_de_calidad_competitividad_rodriguez_pinedo_milagros%20.pdf?sequence=1&isallowed=y

Rubio. (2015). Estudio de viabilidad para la creación de una microcervecera bar restuarante en Quito. *Disertación previa a la obtención del titulo de.* Pontificia Univesidad Católica del Ecuador, Ecuador Quito. Recuperado de <file:///C:/Users/AMF%20SUPPORT/Downloads/Documents/TESIS%20DEFINITIVA%20DIANA%20RUBIO%20PDF%20CD.pdf>

Rubio, C. R. (2016). La gestión de calidad, relacionao con el servicio de atención al cliente en la consulta externa de la clínica robles S.A.C Chimbote, 2016. *Informe de tesis para optar el grado de magister en administración.* Universidad católica los ángeles Chimbote, Chimbote. Recuperado de [file:///C:/Users/User/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(2).pdf)

Solis, R. H. (2017). Mejora de la calidad de servicio en una empresa de alimentos, los olivos 2017. *Para optar el título profesional de licenciada.* Facultad de ingeniería y negocios, Lima. Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/913/TITULO%20-%20So1%C3%ADs%20Rivera%2C%20Haydee.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																		
N°	ACTIVIDADES	Año 2018								Año 2019								
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II				
		Mes				Mes				Mes				Mes				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Elaboración del Proyecto	X																
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X															
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			X														
4	Exposición del proyecto ante el jurado de investigación				X													
5	Mejora del marco teórico y metodología					X	X	X	X									
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos									X								
7	Elaboración del consentimiento informado									X								
8	Recolección de datos										X							
9	Presentación de resultados											X						
10	Análisis e interpretación de los resultados											X						
11	Redacción del informe preliminar												X					
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X					
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X	X			
14	Presentación de ponencias en jornadas de investigación															X		
15	Redacción de artículo científico																X	

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto de desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% número	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	30	6	180.00
Fotocopias	6.20	2	12.40
Empastado	40	3	120.00
Papel bond A-4 (500 hojas	0.10	50	5.00
Lapicero	3	5	15.00
Servicios			
Uso de Turniting	50.00	1	50.00
Sub total			382.40
Gastos de viaje			
Pasaje de recolección de información	10	18	180.00
Sub total			180.00
Total de presupuesto desembolsable			562.40
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o numérico	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	50	5	250.00
Búsqueda de información en base de datos	30	5	150.00
Soporte informático (Modulo de investigación del ERP University – MOIC)	40	1	40.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
Sub total			490.00
Recurso Humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			742.00
Total (S/.)			1304.40

Anexo 3. Cuadro de sondeo**Población**

N°	Razon Social	Cargo del Representante	Dirección
1.	Venecia	Dueño	Jirón Enrique Palacios
2.	Las Flores		Jirón Enrique Palacios
3.	Mar Y Luna	Dueño	Manuel Villavicencio
4.	Vegetariano K'Umara	Dueño	Jirón. Carlos de los Heros
5.	Gastón		Jiron Tumbee
6.	La Caverna	Administrador	Jirón. Manuel Ruiz
7.	El Cevichon	Dueño	Jirón. 160, Prolongación Leoncio Prado
8.	El mordiscón Broster		Av. José Pardo
9.	La Granja Linda	Administrador	Av. José Pardo
10.	Minnelly yogurt		Jirón Enrique Palacios
11.	Okane Restaurant Comida Oriental		Av. Francisco Bologneci
12.	Café Tila	Administrador	Jr. Elías Aguirre
13.	Veridico	Dueño	Prolongación Leoncio Prado
14.	La Lanchita	Dueño	Jirón Ladislao Espinar
15.	Caballito De Mar	Administrador	Av. José Pardo

Anexo 3.**Muestra**

N°	Razon Social	Cargo del Representante	Dirección
1.	Venecia	Dueño	Jirón Enrique Palacios
2.	Mar Y Luna	Dueño	Manuel Villavicencio
3.	Vegetariano K'Umara	Dueño	Jirón. Carlos de los Heros
4.	La Caverna	Administrador	Jirón. Manuel Ruiz
5.	El Cevichon	Dueño	Jirón. 160, Prolongación Leoncio Prado
6.	La Granja Linda	Administrador	Av. José Pardo
7.	Café Tila	Administrador	Jr. Elías Aguirre
8.	Veridico	Dueño	Prolongación Leoncio Prado
9.	La Lanchita	Dueño	Jirón Ladislao Espinar
10.	Caballito De Mar	Administrador	Av. José Pardo

Anexo 4. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL CASCO URBANO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018. Para optar el grado académico de Bachiller en Ciencias Administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la 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. Personas que trabajan

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación de la empresa

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1.GESTIÓN DE CALIDAD

10. Conocimiento del término de gestión de calidad

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

11. Técnicas modernas de la gestión de calidad

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) Outsourcing
- f) Otros
- g) Ninguno

12. Dificultades en los trabajadores para la gestión de calidad

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

13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

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

14. La gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio

- a) Si
- b) No

15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas

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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. Conocimiento del término atención al cliente

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

17. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio brindado a los clientes

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

18. Importancia de la atención al cliente para el regreso de los consumidores

- a) Si
- b) No

19. Herramientas de servicio de calidad.

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

20. Principales factores para la calidad de servicio

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

21. Nivel de atención que se brinda a los clientes

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

22. Causas de una mala atención al cliente

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

23. Resultados de una buena atención al cliente

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

Anexo 5. Hoja de tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad	18 - 30 años	IIII	5	50.00%
	31 - 50 años	III	3	30.00%
	51 a más años	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Genero	Masculino	IIII	4	40.00%
	Femenino	IIIII	6	60.00%
	Total		10	100.00%
Grado de instrucción	Sin Instrucción		0	0.00%
	Educación básica		0	0.00%
	Superior no universitaria	IIII	4	40.00%
	Superior universitaria	IIIII	6	60.00%
	Total		10	100.00%
Cargo que desempeña	Dueño	IIIII	6	60.00%
	Administrador	IIII	4	40.00%
	Total		10	100.00%
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	III	3	30.00%
	4 a 6 años	IIII	4	40.00%
	7 a más años	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años	III	3	30.00%
	4 a 6 años	IIII	4	40.00%
	7 a más años	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIII	6	60.00%
	6 a 10 trabajadores	III	3	30.00%
	11 a más trabajadores	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Vínculo familiar	Familiares	III	3	30.00%
	Personales no familiares	IIIIII	7	70.00%
	Total		10	100.00%
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIIII	8	80.00%
	Subsistencia	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento del término Gestión de Calidad	Si	IIIIII	7	70.00%
	No	I	1	10.00%
	Tengo cierto conocimiento	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%
Técnicas modernas de gestión de calidad	Benchmarking	III	4	40.00%
	Atención al cliente	II	2	20.00%
	Empowerment	I	1	10.00%
	La 5 c		0	0.00%
	Outsourcing	III	3	30.00%
	Otros		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Dificultades de los trabajadores para la gestión de calidad	Poca iniciativa	II	2	20.00%
	Aprendizaje lento	III	3	30.00%
	No se adapta a los cambios	II	2	20.00%
	Desconocimiento del puesto	III	3	30.00%
	Otros		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	III	4	40.00%
	La evaluación	IIII	6	60.00%
	Escala de puntuación		0	0.00%
	Evaluación de 360		0	0.00%
	Otros		0	0.00%
	Total		10	100.00%
La gestión de calidad ayuda a mejorar el negocio	Si	IIIIIIII	10	100.00%
	No		0	0.00%
	Total		10	100.00%
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas	Si	IIIIII	8	80.00%
	No			0.0%
	A veces	II	2	20.00%
	Total		10	100.00%

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Preguntas	Repuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento de atención al cliente	Si	IIIIIIII	9	90.00%
	No		0	0.00%
	Tengo cierto conocimiento	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio brindado a sus clientes	Si	IIIIIIII	10	100.00%
	No		0	0.00%
	A veces		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Importancia de la atención al cliente para el regreso de los consumidores	Si	IIIIIIII	10	100.00%
	No		0	0.00%
	A veces		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Herramientas de servicio de calidad	Comunicación	III	3	30.00%
	Confianza	IIII	5	50.00%
	Retroalimentación	II	2	20.00%
	Ninguno		0	0.0%
	Total		10	100.00%
Principales factores para la calidad de servicio	Atención personalizada	III	4	40.00%
	Rapidez en la entrega de los productos	IIII	5	50.00%
	Las instalaciones	I	1	10.00%
	Ninguno		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Nivel de atención que se brinda a los clientes	Buena	IIIIIIII	10	100.00%
	Regular		0	0.00%
	Malo		0	0.00%
	Total		10	100.00%
Causas de una mala atención	No tiene suficiente personal	II	2	20.00%
	Por una mala organización de los trabajadores	IIII	5	50.00%
	Si brinda una buena atención al cliente	III	3	30.00%
	Total		10	100.00%
Resultados de una buena atención al cliente	Cliente satisfecho	IIII	5	50.00%
	Fidelización de los clientes	IIII	4	40.00%
	Posicionamiento de la empresa		0	0.00%
	Incremento en las ventas	I	1	10.00%
	Total		10	100.00%

Anexo 6.

FIGURAS

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

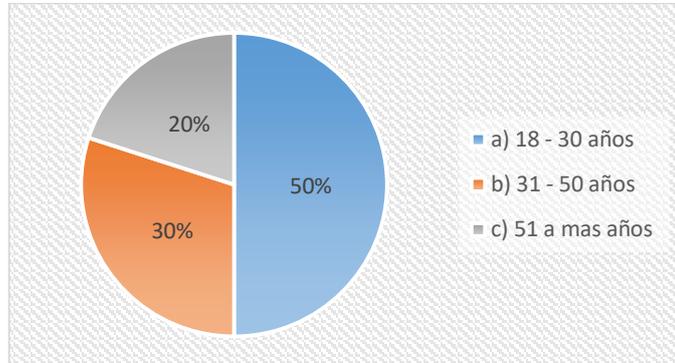


Figura 1. Edad de los representantes
Fuente. Tabla 1

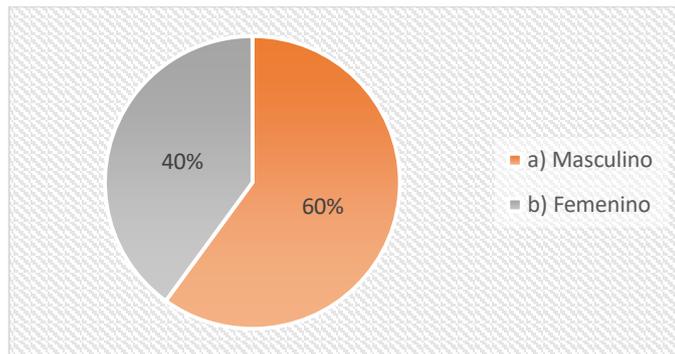


Figura 2. Genero de los representantes
Fuente. Tabla 1

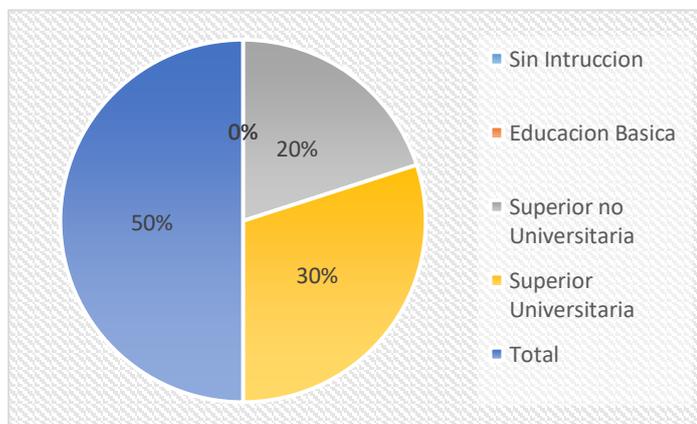


Figura 3. Grado de instrucción
Fuente. Tabla 1

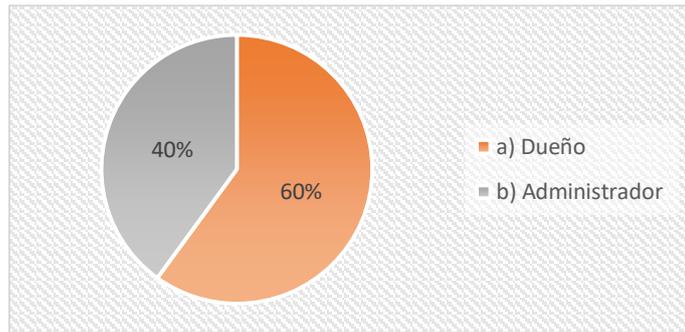


Figura 4. Cargo de desempeña
Fuente. Tabla 1

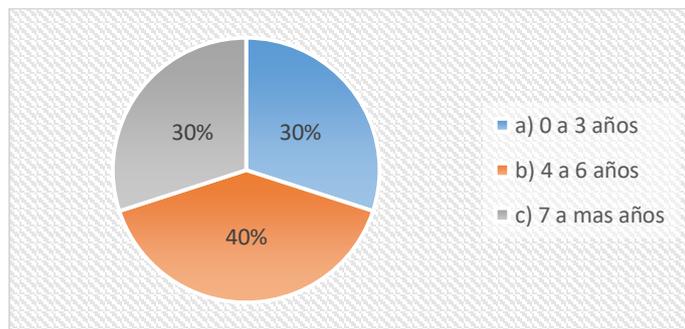


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo
Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

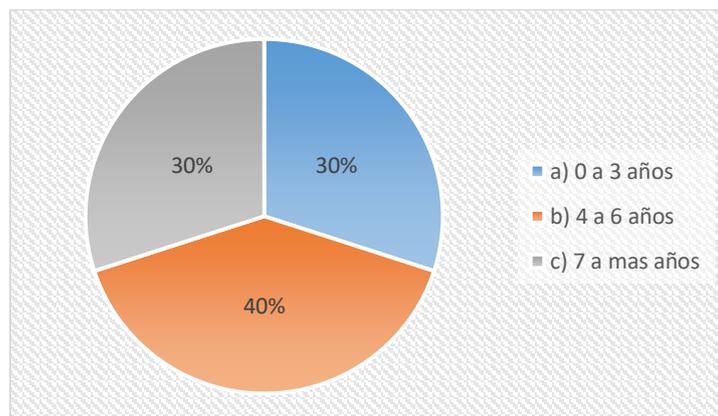


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro
Fuente. Tabla 2

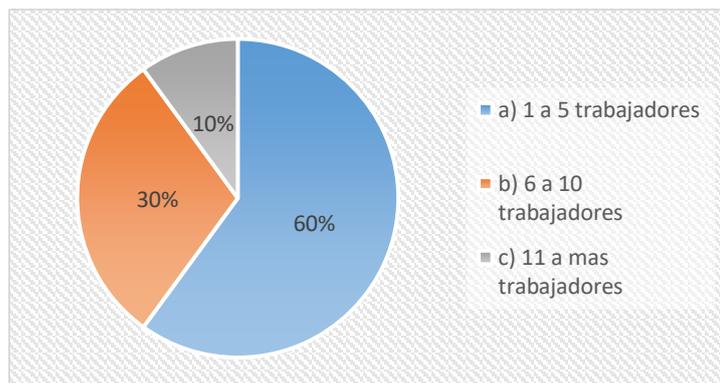


Figura 7. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

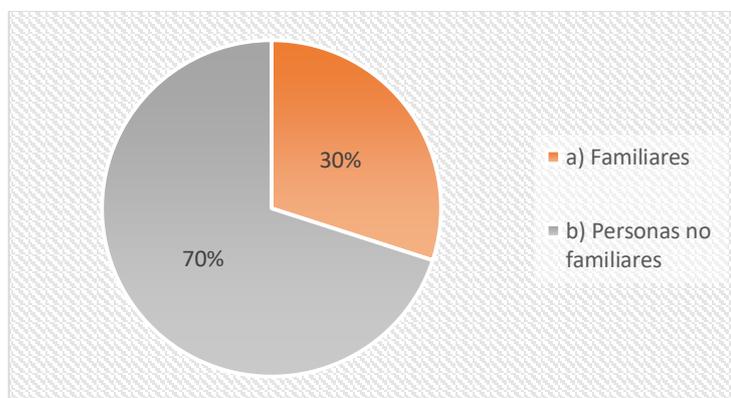


Figura 8. Vínculo familiar
Fuente. Tabla 2

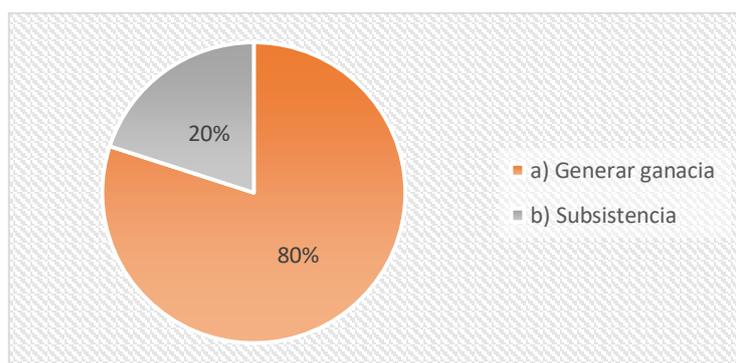


Figura 9. Objetivo de creación
Fuente. Tabla 2

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

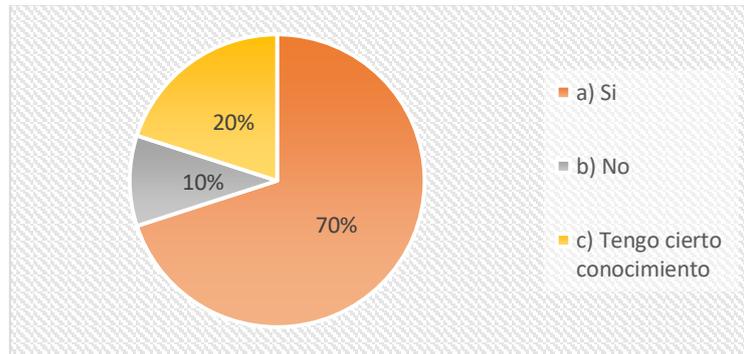


Figura 10. Conocimiento del término de gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

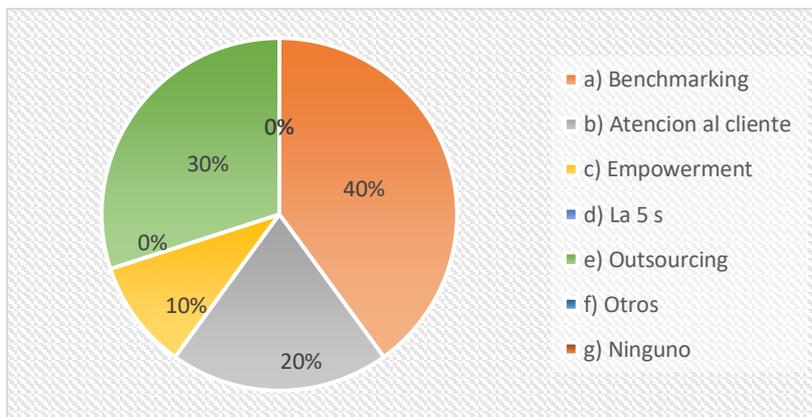


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

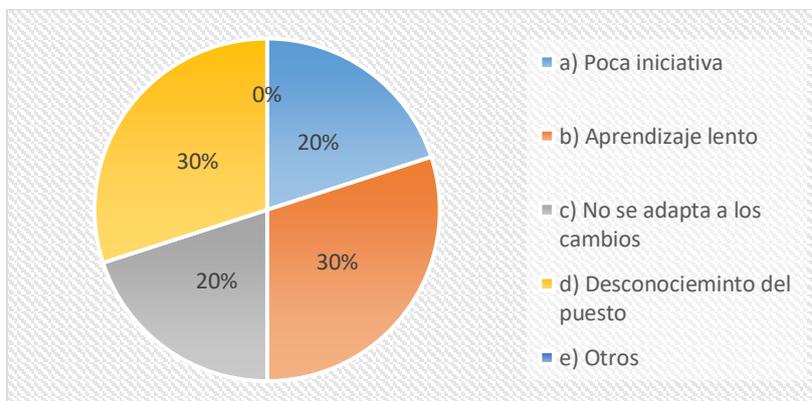


Figura 12. Dificultades en los trabajadores para la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

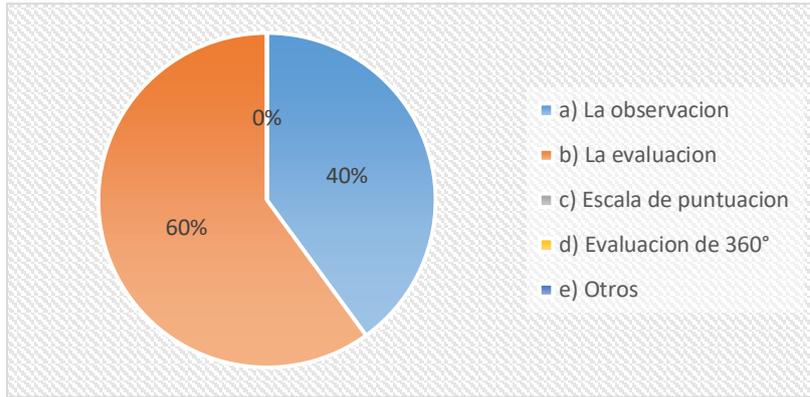


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal
Fuente. Tabla 3

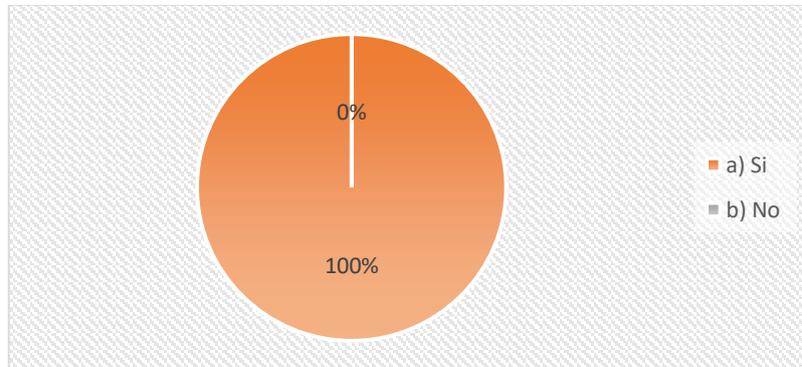


Figura 14. La gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio
Fuente. Tabla 3

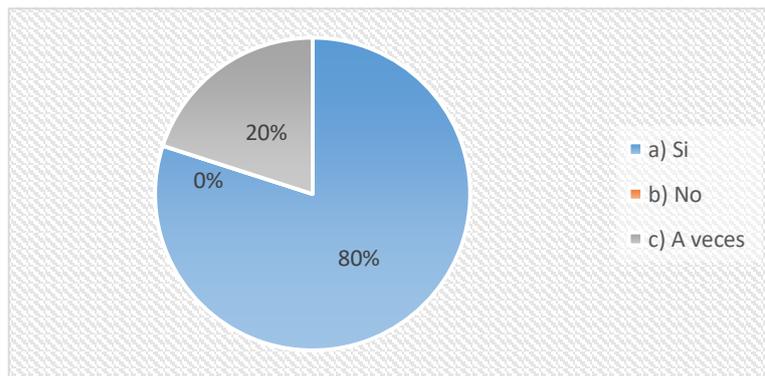


Figura 15. Gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas
Fuente. Tabla 3

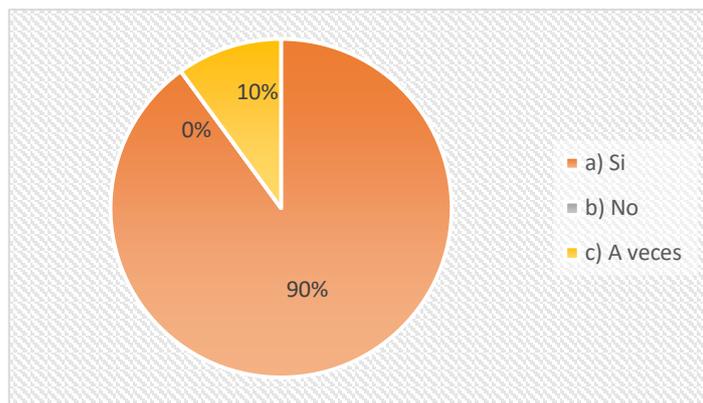


Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente
Fuente. Tabla 3

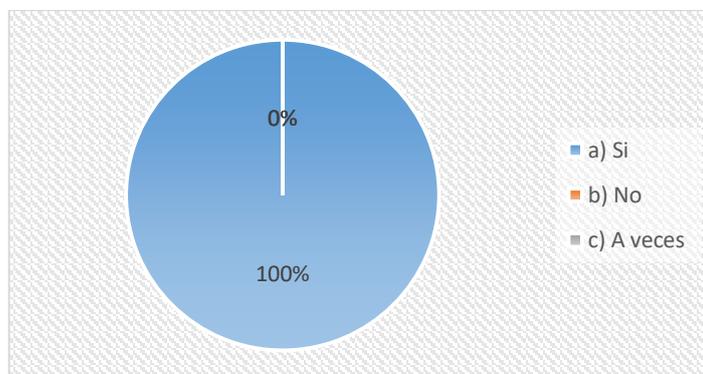


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio brindando a los clientes
Fuente. Tabla 3

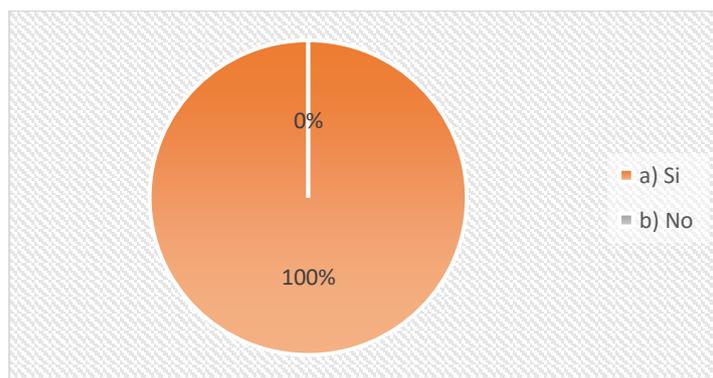


Figura 18. Importancia de la atención al cliente para el regreso de los consumidores
Fuente. Tabla 3

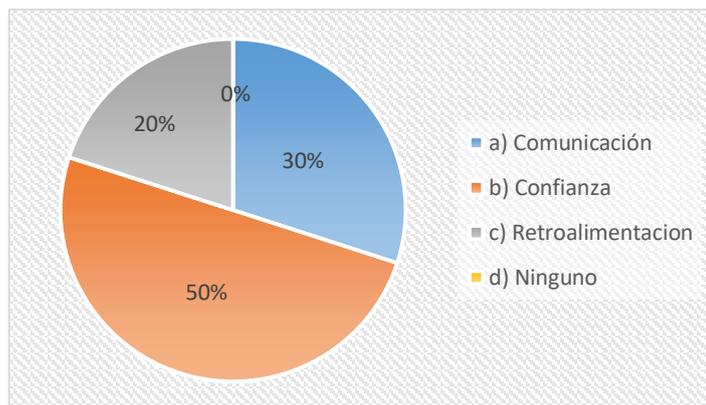


Figura 19. Herramientas de servicio de calidad
Fuente. Tabla 3

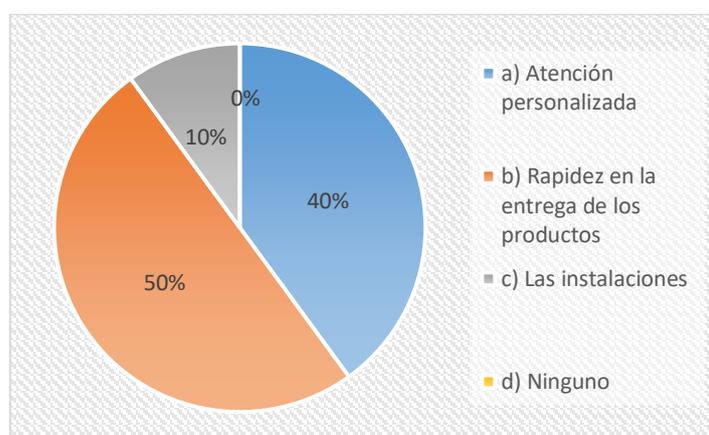


Figura 20. Principales factores para la calidad de servicio
Fuente. Tabla 3

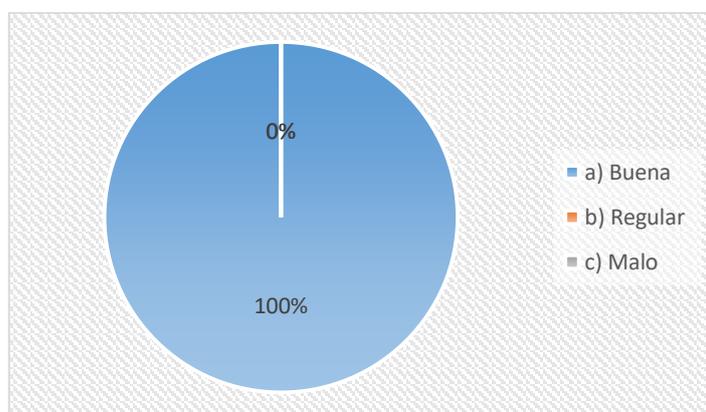


Figura 21. Nivel de atención que se brinda a los clientes
Fuente. Tabla 3

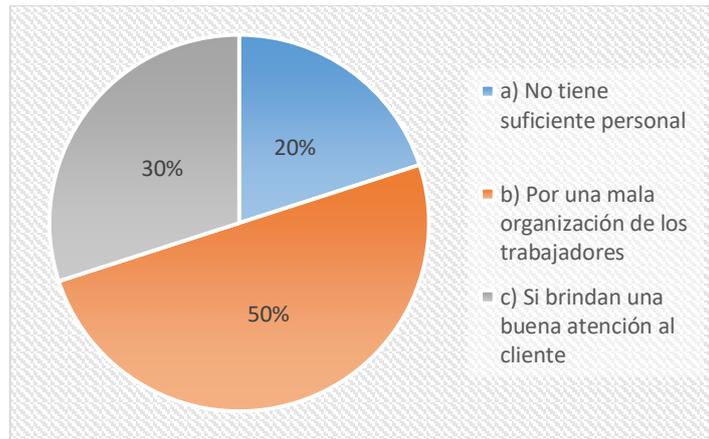


Figura 22. Causas de una mala atención al cliente
Fuente. Tabla 3

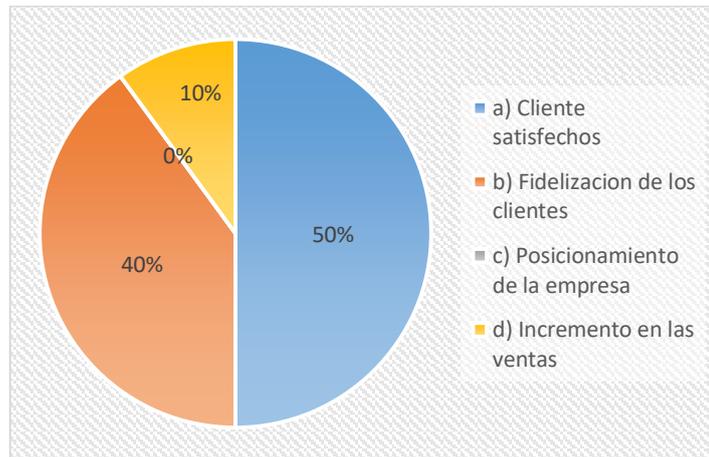


Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente
Fuente. Tabla 3