



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 EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES EN LA
ZONA CÉNTRICA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2018

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

AUTORA

ALDAVE CASAMAYOR, MELVA YAJAYRA

ORCID: 0000-0003-1900-117X

ASESORA

Mgtr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE - PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Aldave Casamayor, Melva Yajayra

ORCID: 0000-0003-1900-117X

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

ASESORA

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

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

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 Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios

Por brindarme salud, bienestar, fuerza y sabiduría necesaria para poder culminar mi proyecto de investigación satisfactoriamente.

A mi asesora Mgtr. Elida Adelia Estrada Díaz

Por su apoyo incondicional, por compartir sus conocimientos, tiempo y motivarnos cada día para la elaboración de mi proyecto de investigación.

DEDICATORIA

A mis padres

Por su apoyo incondicional durante toda mi educación académica como de la vida, por sus consejos, por sus valores, por motivarme cada día a ser una persona de bien, sobre todo por su amor.

A mis familiares

Por apoyarme en cada paso que he dado durante mi formación académica brindándome fuerzas para seguir adelante.

A mis maestros

A los docentes de la I.E Fe y alegría N°16 por haberme brindado mis primeras enseñanzas, a los docentes de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote en especial a la Mgtr. Elida Adelia Estrada Díaz, por compartir sus conocimientos, guiarnos y motivarnos para culminar nuestros estudios superiores.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. La metodología que se utilizó fue de diseño no experimental - transversal - descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 28 empresas. Para la recolección de datos se aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 46.43% tienen entre 31 a 50 años, el 67.86% son de género masculino, el 53.57% tienen grado de instrucción superior universitaria, el 60.71% de las empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 100.00% de los representantes encuestados indican que, si es fundamental la atención al cliente para el retorno del cliente y el 57.14% de los representantes que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa. Se concluye que la mayoría de los representantes tienen conocimiento del término gestión de calidad, pero existen dificultades para su implementación porque no cuentan con los recursos económicos, no se adaptan a los cambios y no cuentan con los conocimientos necesarios, mencionan que si conocen el término atención al cliente y es fundamental para la fidelización del cliente y el incremento en las ventas de las micro y pequeñas empresas.

Palabras clave: Atención al cliente, gestión, microempresas

ABSTRACT

The purpose of this research was to describe the characteristics of quality management under the focus on customer service in micro and small businesses in the services sector, restaurants in the downtown area of the Chimbote district, 2018. The methodology used It was non-experimental - transversal - descriptive. To collect information, a sample population of 28 companies was used. For the data collection, a questionnaire of 23 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 46.43% are between 31 and 50 years old, 67.86% are male, 53.57% have an instructional degree university superior, 60.71% of the companies have 4 to 6 years of permanence in the field, 100.00% of the representatives surveyed indicate that, if the customer service is essential for the return of the client and 57.14% of the representatives that quality management helps achieve the objectives and goals of the company. It is concluded that most of the representatives have knowledge of the term quality management, but there are difficulties for its implementation because they do not have the financial resources, they do not adapt to the changes and do not have the necessary knowledge, they mention that if they know the term customer service and is essential for customer loyalty and increased sales of micro and small businesses.

Keywords: Customer service, management, microenterprises

CONTENIDO

1. Título de 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	1
II. Revisión de literatura.....	7
III. Hipótesis.....	42
IV. Metodología	43
4.1. Diseño de la investigación	43
4.2. Población y muestra	43
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	44
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	49
4.5. Plan de análisis.....	49
4.6. Matriz de consistencia.....	50
4.7. Principios éticos.....	53
V. Resultados.....	54
5.1. Resultados.....	54
5.2. Análisis de resultados.....	59
VI. Conclusiones.....	70
Aspectos complementarios.....	72
Referencias bibliográficas.....	73
Anexos.....	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.	54
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.....	55
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.....	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	92
Figura 2. Género	92
Figura 3. Grado de instrucción.....	92
Figura 4. Cargo que desempeña.....	93
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	93
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	93
Figura 7. Número de trabajadores.....	94
Figura 8. Grado de familiaridad con los trabajadores.....	94
Figura 9. Objetivo de creación de la empresa.....	94
Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad.....	95
Figura 11. Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad.....	95
Figura 12. Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad.....	95
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	96
Figura 14. Contribución de la gestión de calidad en el rendimiento del negocio.....	96
Figura 15. Logro de los objetivos y metas con el uso de la gestión de calidad.....	96
Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente.....	97
Figura 17. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio brindado.....	97

Figura 18. La atención al cliente como herramienta fundamental para que éste regrese al establecimiento.....	97
Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad.....	98
Figura 20. Factores para brindar un servicio de calidad	98
Figura 21. La atención que brinda a sus clientes	98
Figura 22. Razones de una mala atención.....	99
Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente.....	99

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas son unidades económicas que pueden desarrollar actividades de producción, comercialización de bienes, prestaciones de servicios, transacción y extracción, existen casi 6 millones a nivel nacional, 93.9% microempresas (1 a 10 trabajadores) y solo 0.2% pequeñas (de 1 a 100 trabajadores), el resto, 5.9% son medianas y grandes empresas. Las micro y pequeñas empresas mayormente surgen por necesidades insatisfechas de sectores pobres, por desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas, dificultades para obtener créditos, entre otros. Las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental, su aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiéndoles valor agregado constituye un elemento determinado en la actividad económica y generación de empleo (Palacios, 2018).

Las micro y pequeñas empresas son muy importantes en la economía peruana ya que brindan empleo disminuyendo la pobreza e incrementa el producto bruto interno (PBI) mejorando la distribución de ingresos.

En la actualidad en el mercado hay mucha competencia por obtener mayor número de clientes, ya no solo se preocupan por la calidad del producto sino también por un precio razonable, una excelente atención, un local limpio y cómodo. Cabe resaltar que el éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de los clientes.

Pero este problema no es solo a nivel nacional sino también internacional. Por ello la atención al cliente es un factor muy importante para todas las micro y pequeñas

empresas ya que hoy en día los productos ofertados son cada vez mayores y variados, por lo que se busca la diferenciación.

En España, según el directorio central de empresas (DIRCEL) nos indica que existen 3.279.120 empresas y el 99.8% son PYME de las cuales el 81.7% de las empresas del sector servicio ejercen sus actividades. Durante el año 2017 aumento el número de empleos a un 2.98 con 548.942 puestos de trabajo. La atención al cliente en las micro y pequeñas empresas españolas exigen mayormente personalización y tiempo. España, es el séptimo país que cuenta con más Certificados de Calidad ISO 9001 en el mundo; dichos certificados de Gestión de Calidad ISO 9001 son un mecanismo crucial ya que ayudan a un gran número de empresas a trabajar adecuadamente y de una forma eficaz gestionando sus Sistemas de Gestión de Calidad (Asistencia en calidad medio ambiente y servicios, 2017).

En Colombia, las micro y pequeñas empresas su crecimiento al día de hoy ha sido tan fructuoso que, según el Ministerio de Comercio las micro y pequeñas empresas representan un 90% del total de las empresas del país, creando un 80% de los empleos nacionales y generando 50% del PBI; se puede decir que este país se encuentra en camino a la era del desarrollo y transformación dentro de su entorno productivo. La Gestión de Calidad, permite a las empresas tener un sello diferenciador y de respaldo frente a sus destinatarios finales, permitiendo tener un servicio o producto con estándares de calidad y así ser competitivas frente al mercado internacional (Mendez, Gonsales, Hernandez y Flaviis, 2017).

En Argentina, existen actualmente más de 600.000 pymes, que representan más del 60% del empleo, el 45% de las ventas totales de la economía y contribuyen al 44% del PBI, y uno de cada cuatro emprendimientos existentes en el país están radicados en la Ciudad de Buenos Aires, donde el 97% de sus empresas son pymes; el país tuviera un más amplio segmento de pymes operando en condiciones de competitividad internacional. En Argentina uno de los grandes problemas que existe es la falta de información sobre la gestión de calidad, por otro lado, no toman en cuenta la atención al cliente en sus empresas (Quiroga, 2017).

Pese a ello en el Perú, existen alrededor de 3,5 millones de micro y pequeñas empresas y representan el 45% del producto bruto interno (PBI). Las micro y pequeñas empresas representan oportunidad de negocios promoviendo el desarrollo del país y una sociedad más justa generando puestos de trabajo y disminuyendo la pobreza. Las micro y pequeñas empresas en el Perú hoy en día toman como su factor principal la atención al cliente, brindando un buen producto e servicio, mientras que en otras empresas no existe concepción de calidad por lo cual los clientes se muestran insatisfechos. Teniendo en cuenta que el cliente es la base fundamental para todo negocio, las empresas están trabajando en brindar una excelente atención para tener sus clientes satisfechos y sus empresas puedan ser recomendadas por ellos mismos para poder generar mayores ingresos.

En Chimbote, donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de comida denominada restaurantes, estos negocios son creados por personas emprendedoras que tienen ganas de salir adelante. Las

micro y pequeñas empresas tienen problemas de gestión como: la falta de conocimientos acerca de la gestión de calidad y de atención al cliente debido a que no cuentan con los recursos económicos para su implementación y con los conocimientos necesarios que se requieren; la cual ha traído consecuencias en el mercado como la desaparición de algunos negocios. Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018? Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. Describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

La investigación se justifica porque permite conocer a los representantes de las micro y pequeñas empresas la realidad en el ámbito internacional, nacional y local los problemas que carecen en la gestión de calidad y atención al cliente; este tipo de información les permitirá minimizar sus debilidades aplicando estrategias de gestión de

calidad en sus empresas para poder aumentar la clientela y así generar ingresos económicos; de igual manera que la empresa sea reconocida por su servicios en atención al cliente. Por otra parte, la presente la investigación se justifica porque permitirá conocer a nivel exploratorio la realidad de las micro y pequeñas empresas. Finalmente, esta investigación se justifica porque servirá para futuras investigaciones científicas dentro del ámbito geográfico del país. En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo, fue no experimental porque se observó situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador y fue transversal porque el estudio de investigación se realizó en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y final específicamente y fue descriptivo por que el estudio de investigación se desarrolló tal y conforme se presenta en la naturaleza.

Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 28 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 23 preguntas. El cuestionario está dividido en tres partes: las 5 primeras preguntas están referidas a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas; las 4 siguientes preguntas están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas y las 14 preguntas restantes están referidas a las características de la gestión de calidad con el uso en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

Obteniendo los siguientes resultados: el 46.43% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 67.86% son de género masculino, el 53.57% tienen grado de superior universitaria, el 53.57% son dueños y el 50% se desempeñan en el cargo de 7 a más años,

el 60.71% tienen entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro, el 53.57% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 60.71% de los empleados no son personas familiares, el 100% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, el 75% de los representantes si conocen la gestión de calidad, el 64.29% conocen la técnica de la atención al cliente, el 100% están de acuerdo que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 78.57% de las empresas brindan una buena atención al cliente y el 32.14% de los representantes afirman que al brindar una buena atención al cliente trae como resultado la fidelización de los clientes e incremento en las ventas. La investigación concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas son dirigidas por personas mayores de género masculino que no tienen tanto tiempo de permanencia en su rubro; tienen conocimiento acerca de la gestión de calidad y de la atención al cliente, pero solo lo hacen de forma empírica.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Jurado (2014) en su estudio 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*. Tuvo como 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, a fin de proponer mejoras para los procedimientos internos, utilizando los criterios de la norma UNE 93200:2008. Y planteó 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. El tamaño de la muestra da como resultado 241 con un nivel de confiabilidad del 95%. El universo que se toma en cuenta para el cálculo de la muestra es el promedio mensual de clientes de enero a julio del 2014. Los resultados que se obtuvo de la investigación fueron los siguientes: El 33% de los restaurantes son de cuarta categoría. El 60% de los clientes son extranjeros. El promedio mensual de clientes en los siete primeros meses del 2014 es de 643. El 81% de los clientes opinaron que el estado de las instalaciones es muy bueno. El 64% de los

clientes opinaron que la seguridad de las instalaciones es muy buena. El 79% de los clientes opinaron que el mobiliario y los espacios son cómodos y agradables a la vista. El 93% de los clientes opinaron que la apariencia del personal es muy buena. El 92% de los clientes opinaron que el servicio prestado por el restaurante es muy bueno. El 86% de los clientes opinaron que la comida y bebida es muy buena. El 93% de los clientes calificaron como muy buena a la discreción y al respeto dado por el todo el personal durante su permanencia en el restaurante. El 82% de los clientes opinaron que el servicio fue rápido y ágil. El 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 89% de los clientes calificaron muy bueno al conocimiento de la persona. El 95% de los clientes calificaron como muy bueno al servicio entregado por el personal. La investigación concluye que, 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. Los principales factores que impiden al restaurante tener un mejor funcionamiento y crecimiento fueron detectados durante la investigación de campo, y se los pudo determinar a través de la colaboración del equipo de trabajo, el gerente general y el administrador, siendo los siguientes: Falta de involucramiento de la gerencia en la gestión del restaurante. Falta de capacitación del personal y desmotivación. Falta de proveedores de materia prima. Porciones y precios inadecuados de la oferta gastronómica.

Mendoza (2015) en su estudio de investigación “*El servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa*”. Tuvo como objetivo general: determinar cómo brindan el servicio al cliente los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa. Y planteó los siguientes objetivos específicos: identificar qué tipos de cliente utilizan el servicio de restaurantes en la cabecera municipal de Jutiapa. Determinar los gustos y preferencias de los clientes en el servicio que prestan los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa. Identificar los elementos de la calidad del servicio que ofrecen en los restaurantes de la cabecera municipal de Jutiapa. Establecer la satisfacción del cliente en cuanto al servicio brindado en los restaurantes. Determinar las estrategias de servicio que aplican los propietarios de los restaurantes. Identificar las políticas de servicio al cliente que se establecen en los restaurantes. La investigación se llevó a cabo en 17 restaurantes de mantel o independientes, ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, los cuales se determinaron mediante un censo. Se utilizó el muestreo probabilístico, donde “cada elemento en una población tiene cierta probabilidad de ser seleccionado como parte de la muestra”. Los resultados que se obtuvo de la investigación fueron los siguientes: la edad de 14 propietarios y/o administradores está comprendida en el rango de 36 a 55 años. 13 de los propietarios y/o administradores son de género masculino. 13 propietarios y/o administradores indicaron que el restaurante funciona desde hace más de 5 años. 15 indicaron que cuentan con local propio y los dos restantes no. Seis de los propietarios y/o administradores manifestaron que les gustaría mejorar las instalaciones, porque así el restaurante tendría mayor afluencia de clientes; 16 de los propietarios y/o administradores indicaron que de una a cinco personas laboran actualmente en el restaurante. 13 de los propietarios manifestaron que ellos son quienes

administran el restaurante. Los propietarios y/o administradores respondieron que los grados de escolaridad de la persona que administra el restaurante son: siete de nivel diversificado. Ocho propietarios y/o administradores indicaron que en su mayoría son hombres adultos; cinco que sus clientes principalmente son familias. Seis propietarios y/o administradores respondieron que la mayoría de sus clientes son de tipo afirmativo. 14 indicaron que la medida que toman es mantener la calma y darle la razón al cliente para que quede satisfecho y vuelva. Seis propietarios y/o administradores respondieron que reciben en su restaurante aproximadamente en promedio 20 clientes diarios. 13 respondieron que su restaurante tiene más concurrencia durante el fin de semana. Los 17 propietarios y/o administradores indicaron los gustos de los clientes, son: la buena atención, el buen sabor de la comida y el servicio rápido. Los 17 los propietarios y/o administradores coinciden en que siempre consideran los gustos de los clientes al momento de prestar el servicio. Los 17 propietarios y/o administradores aseguran que las preferencias de los clientes, son: precios accesibles, ambiente del restaurante, cómodo, agradable y seguro. Los 17 propietarios y/o administradores respondieron que ofrecen el servicio en el tiempo específico para evitar que los clientes se desesperen. 14 de los propietarios y/o administradores afirmaron que el servicio actual que ofrecen en su restaurante satisface los gustos de los clientes. 15 de los propietarios y/o administradores indicaron que el servicio actual que ofrece en el restaurante satisface las preferencias de los clientes. Ocho de los propietarios y/o administradores señalaron que el elemento de calidad en el servicio que brindan en el restaurante es la confiabilidad. Los 17 propietarios y/o administradores la consideran importante pues es una de las principales exigencias de sus clientes y la mayoría de ellos cuentan con tiempo limitado. Los 17 propietarios y/o

administradores respondieron que sí cuentan con personal preparado para satisfacer los gustos y preferencias de los clientes. Los 17 propietarios y/o administradores indicaron que todo el personal cuenta con conocimientos necesarios para responder a cualquier pregunta de los clientes. Los 17 propietarios y/o administradores coincidieron en que sí prestan un servicio personalizado a sus clientes, porque eso les agrada o satisface a los clientes. Los 13 de los propietarios y/o administradores respondieron que el área en que presta el servicio si llena los requisitos necesarios para brindar un servicio de calidad. La investigación concluye que los tipos de clientes identificados, que más frecuentan los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, son del tipo: afirmativo (firme y seguro, sabe lo que quiere) y racional (objetivo y económico). Se determinó que los gustos de los clientes son: higiene, comodidad y seguridad en el establecimiento. Mientras que las preferencias son: buena atención, precios cómodos y accesibles, trato amable, que les sirvan con rapidez, y disponibilidad de todos los productos que ofrecen. Se determinó que la estrategia de servicio al cliente que aplican los propietarios de los restaurantes es: escuchar al cliente atenta y cordialmente. Se identificó la política de servicio al cliente que los propietarios establecen en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa, y es la de disponibilidad de productos terminados.

Villalba (2016) en su estudio de investigación “*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*”. Tuvo como objetivo general: analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. Y planteó los siguientes objetivos específicos: determinar las

posibles causas que afectan a las expectativas del cliente por parte del servicio que obtienen. Establecer un diagnóstico de la calidad de servicio y atención al cliente que ofrece cada uno de los restaurantes. Definir estrategias de mejora que permitan brindar un servicio de calidad al cliente. Se ha realizado una investigación de tipo descriptiva. El número total de encuestas realizadas es de 341, este total se lo dividió para los tres restaurantes con un promedio de 114 para cada uno, parte de estas fueron ejecutadas vía internet, puesto que la ayuda de herramientas como las redes sociales es necesario para conocer varios puntos de vista, y otras se realizaron físicamente en los restaurantes. Los resultados que se obtuvo de la investigación fueron los siguientes: resultados satisfacción al cliente en Azuca Beach: el 54% fueron de género masculino y el 46% de género femenino. El 64% tienen entre 18 – 25 años de edad. El 38% está de acuerdo en que el personal fue amable y respetuoso. Un 37% están de acuerdo en que el mesero fue claro y paciente al momento de tomar la orden. El 33% está de acuerdo en que el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado. El 37% están de acuerdo con la variedad de platos que ofrece la carta. El 40% estuvo de acuerdo en cuanto a los alimentos ofrecidos fueron del agrado de ellos. El 43% está de acuerdo en que la presentación del plato cumplió con lo esperado. El 39% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que el sabor de la bebida fue agradable. El 45% está de acuerdo que la presentación de las bebidas cumplió con lo esperado. El 53% está de acuerdo que el restaurante estaba limpio. El 39% está de acuerdo en la limpieza de los baños. El 55% está de acuerdo que el servicio en general fue satisfactorio para los encuestados. El 41% rara vez visita este restaurante. Del total de encuestados el 97% si recomendaría este restaurante mientras que el 3% no lo aconsejaría. Análisis de la satisfacción del personal del personal del “grupo nü”: el 45% lleva más de

dos años trabajador dentro de la organización. El 48% satisfecho dentro de la organización. El 50% tiene muy en claro cuáles son sus funciones y responsabilidades. El 48% se encuentra medianamente satisfecho En cuanto al sentimiento de motivación con el trabajo. El 45% está insatisfecho, quienes consideran que su remuneración se encuentra acorde a sus responsabilidades. El 52% se encuentra medianamente satisfecho en cuanto a si sienten que pueden expresar con facilidad sus opiniones con sus compañeros de trabajo. El 56% está muy satisfecho en cuanto a la relación entre colaboradores. El 60% del total de los encuestados está satisfecho en que se siente parte del equipo de trabajo. El 38% se encuentra medianamente satisfecho, con respecto al entrenamiento que reciben los colaboradores para ejecutar su trabajo. El 34% se encuentra insatisfecho, con respecto a si la empresa cuando establece nuevas normas y es necesario capacitaciones esta lo proporciona. El 52% está insatisfecho, consideran que dentro de la empresa no pueden crecer profesionalmente. El 64% considera que reciben capacitaciones 2 veces al año. En cuanto a quienes han realizado cursos o capacitaciones externas a la organización el 59% si ha realizado cursos. La investigación concluye que, mediante el proceso de esta investigación, se ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado. El sistema de evaluación escogido ha reflejado de manera exitosa la situación actual del establecimiento, con respecto a la satisfacción del cliente tanto interno como externo. Permitiendo así, establecer las posibles soluciones a los problemas encontrados. La mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del

personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente. En cuanto al ambiente laboral, se pudo constatar que los colaboradores tienen claras sus funciones y responsabilidades, sin embargo, se sienten desmotivados por la falta de entrenamiento y capacitaciones, lo cual es considerado como un impedimento para crecer profesionalmente dentro de la organización.

Antecedentes Nacionales

Antúnez (2017) en su estudio de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos: determinar las principales características de los gerentes o representantes; determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas y determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 22 MYPE de una población de 26, a quienes se les aplico un cuestionario de 14 preguntas. Los resultados que se obtuvo de la investigación fueron los siguientes: el 72,7% de representantes tienen una edad entre 31-50 años de edad. El

63,6% son de género masculino. El 45,5% tienen un grado de instrucción superior. El 63,6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 59,1% de las micro y pequeñas empresas son informales. El 68,2% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. El 59,1% si están aplicando una gestión de calidad. El 40,9% manifiestan usar la mejora continua como técnica de gestión en su negocio. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad planificar sus actividades para determinar la calidad dentro de su negocio. El 36,4% de las micro y pequeñas empresas tienen como prioridad ante sus clientes el buen trato. El 45,5% al contratar a su personal prefiere dar la oportunidad de trabajo a sus familiares. El 54,5% no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. El 50% de las micro y pequeñas empresas señalan que se adecuan a los factores externos cambiantes como la innovación del producto. El 36,4% realiza se adecua a una atención personalizada al cliente. El 59,1% señala que una atención de calidad contribuye en un aumento de ventas para el negocio, el 22,7% cree que contribuye con la fidelización de los clientes. La investigación concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de micro empresarios

contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las MYPE tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Huallpahuque (2015) en su estudio de investigación *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las 9 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*. Tuvo como objetivo general: describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en Distrito de Huaraz, 2014. Y planteó los siguientes objetivos específicos: determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio–rubro restaurantes de dos tenedores en distrito de Huaraz, 2014. Identificar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en distrito de Huaraz, 2014. Se utilizó una investigación cuantitativa de nivel descriptivo y se aplicó un diseño no experimental (Transaccional o Transversal). La población para este estudio fueron los dueños, gerentes o representantes legales de todas las MYPE del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores en el distrito de Huaraz, siendo un total de 21 MYPE. Los resultados que se obtuvo de la investigación

fueron los siguientes: el 51,5% de empresarios de las mype encuestados son de sexo femenino. El 33.3% de los empresarios encuestados manifiestan que sus edades oscilan entre 36 – 45 años y cuentan con estudios superiores universitarios. El 33.3% cuentan con estudios superiores universitarios. El 52,4% de las mype encuestadas señalan que no aplican una mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos. El 36,4% de las mype encuestadas indican que no es necesario establecer objetivos y estrategias para lograr un buen resultado. El 38,1% de las mype encuestadas afirman que son indiferentes en hacer un seguimiento detallado de los problemas que se generan en el proceso de preparación de alimentos. El 42,9% de las mype encuestadas afirman que no identifican las causas que se puede presentar en la empresa que generan problemas en el proceso de preparación de alimentos. El 47,6% de las mype encuestadas indican que una manera informal sobre cómo proceder en el proceso de preparación de alimentos. El 33,3% de micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que no es necesario realizar cambios para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos, y que es irrelevante proporcionar información sobre el proceso de preparación de alimentos. El 42,9% de las mype encuestadas manifiestan que no es necesario evaluar los resultados del proceso de preparación de alimentos ya que sus empleados conocen lo suficiente del mismo. El 33,3% manifiestan que seleccionan de forma estandarizada la mercadería para brindar un producto de calidad respecto a la selección estandarizada de insumos para mejorar la calidad en la preparación de los alimentos. El 42,9% manifiesta que no es necesario evaluar los resultados del proceso de preparación de alimentos ya que sus empleados conocen lo suficiente del mismo respecto a la medición de resultados del proceso de preparación de alimentos. La investigación concluye que la mayoría de los empresarios

encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de dos tenedores del distrito de Huaraz, tienen de 36 - 45 años de edad, son mujeres emprendedoras, con estudio superior universitario. La gestión de calidad, parte esencial de esta investigación es entendida como la aplicación de la mejora continua y la realización de cambios en el proceso, fundamental en aquellas organizaciones que quieren fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes de dos tenedores en el distrito de Huaraz; en respuesta a este objetivo los resultados nos muestran que el mayor porcentaje de los empresarios no aplican el ciclo de PHVA en la estructura operacional de la organización.

Ríos (2015) en su estudio 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*. Tuvo como objetivo general: determinar los principales factores que inciden en la gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes – del distrito de Huanchaco, año 2014. Y planteó 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. En cuanto a la metodología a emplearse en la presente investigación será de tipo descriptivo – cuantitativo porque se deberá relacionar las variables – gestión de la calidad y el impacto en la rentabilidad en las mypes del sector servicios rubro restaurantes del distrito de huanchaco, 2014. En cuanto al diseño de investigación es no experimental, ya que se observan los fenómenos tal cual se dan en su estado natural. Dicha investigación tiene como muestra a 20 restaurantes de una población de 180, a quienes se les aplico un cuestionario, en este caso se hizo utilizo la técnica de la encuesta. Los resultados que se obtuvo de la investigación fueron los siguientes: los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina el sexo masculino con el 65% y el 35% son de sexo femenino. El 35% de los representantes legales de las MYPES encuestadas su edad fluctúa entre 35 – 44, y el 20 % tienen entre 25-34 años y el 20% tienen de 45-54. Los representantes legales de las MYPES encuestadas predomina la instrucción superior universitaria completa con 60%, siguiéndole el grado de instrucción de superior universitaria incompleta con un 30%; un 10% secundaria completa y con un 0% tanto primaria completa como ninguno. El tiempo en años que se dedica al sector de servicios – rubro restaurantes de 5-7 años con un 50% y un 25% de 2 a4 años y otro 25% de 8 a más años. Un 90% de las Mypes son formales y un 10% son informales en el sector servicios, rubro-restaurantes. El número de trabajadores permanentes representa un 95%, mientras que los trabajadores eventuales en un 5%. La finalidad por la que se formó la mype fue para generar ingresos para solventar los gastos familiares, obteniendo un 45%; un 35% para maximizar ganancias; un 10% para dar empleo a la familia y/o otros y otro

10% para otros fines respectivamente. Los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención, que según lo encuestado nos arroja un 50% y un 25 % tanto para la preparación de alimentos como también las instalaciones de dichas Mypes. Según los representantes legales encuestados, creen que la gestión de calidad es importante para la organización, reflejándose esto en un 85% y un 15% no considera q la gestión de calidad es importante para la empresa. De los 20 restaurantes encuestados, 15 de ellos que representa a un 75% respondieron que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. Un 80% de los representantes legales encuestados, respondieron que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado y un 20% no se siente satisfecho El 85% de los representantes legales de las Mypes encuestadas dijeron que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. Un 80% de los representantes legales de las Mypes encuestados, respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo. Un 60% de los representantes legales de las Mypes encuestadas, respondieron que su capital social asciende de 11000 a 15000, el 30% de 5000 a 10000 y un 10% de 16000 a 25000. Un 80% de los representantes legales de las mypes encuestadas, respondieron que si reinvierten en la empresa. Los representantes legales encuestados el 60% dijeron que si amplían la reinversión y un 40% que no. Un 90% de los representantes encuestados respondieron que la calidad es un factor importante para obtener rentabilidad. Un 90% de los representantes legales de las MYPES respondieron que la rentabilidad mejoro en los 2 últimos años. El 90% de los representantes legales de las MYPE encuestadas dijeron que la rentabilidad no ha disminuido en los 2 últimos años. La investigación concluye que en cuanto a los gerentes de mas Mypes: del estudio realizado se concluye que los representantes legales o gerentes

del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. En cuanto a las principales características de las Mypes; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, el 90% de las Mypes son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. En cuanto a la gestión de calidad: del estudio realizado se concluye que el 50% d los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad. En lo que se refiere a la rentabilidad: un 80% de los encuestados reinvierten en la empresa, el 60% de dichos representantes respondieron que su capital asciende de un 11000 a 15000. Además, un 90% de los representantes legales encuestados de las Mypes del sector servicios, confirman que en los dos últimos años ha mejorado su rentabilidad.

Antecedentes Locales

Chavez (2018) en su estudio de investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, y determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo- cuantitativa. La población del estudio estuvo conformada por 6 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. La cual se obtuvo mediante un sondeo; la muestra estuvo conformada por la totalidad de la población, es decir por 6 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Los resultados que se obtuvo de la investigación fueron los siguientes: el 50,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad. El 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género

masculino. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen instrucción superior universitaria. El 83,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el cargo de administrador. El 33,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el cargo. El 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 6 a 10 colaboradores. El 66,7% de las micro y pequeñas empresas cuentan con personas familiares trabajando. El 100% de las micro y pequeñas empresas se forman para generar ganancias. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la técnica el Benchmarking. El 33,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que las dificultades del personal en la aplicación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el término atención al cliente. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. El 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la atención que brindan es buena. El 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas brindan una buena atención al cliente. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que son eficientes y dan soluciones a los reclamos de sus clientes. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que la atención al cliente

permite el posicionamiento de su empresa. La investigación concluye que la mitad (50,0%) de los representantes tienen entre 31 a 50 años edad, de género masculino, cuentan con estudios superiores universitarios, siendo su profesión Lic. en administración, son los administradores y llevan en el cargo más de 7 años. La mayoría (66,6%) de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, cuentan con 6 a 10 trabajadores, siendo sus familiares quien trabajan para ellos, así mismo se crearon con la finalidad de generar ganancias. La totalidad de los representantes, no conocen el término gestión de calidad, aplican el Benchmarking en su gestión, aseguran que las dificultades en la gestión es que el personal no se adapta a los cambios, miden el rendimiento del personal a través de la observación, aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Por otra parte, los representantes conocen el termino atención al cliente, consideran que la atención que brindan es buena, así también son eficientes y dan soluciones a los reclamos de sus clientes, por ultimo consideran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa.

Luna (2016) en su estudio de investigación *“Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013”*. Tuvo como objetivo general: describir las principales características de la gestión de calidad de las MYPES del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2013. Y planteó los siguientes objetivos específicos: 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. Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo- cuantitativo. Para determinar la población se realizó mediante la búsqueda en la página del Instituto Nacional de Estadísticas e informática (INEI) con ayuda del Sistema de Información Geográfica Para Emprendedores (SIGE), en donde se ingresó los datos referentes a la Ciudad y el Distrito, posterior a ello se especifica en giro del negocio. Por lo tanto, de acuerdo al sector y el rubro que es restaurantes pudimos encontrar que existen 90 restaurantes en Nuevo Chimbote. Se trabajó con una muestra dirigida de 23 Mypes, las que aceptaron participar en la investigación. El criterio de selección estuvo en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de las Mypes. Los resultados que se obtuvo de la investigación fueron los siguientes: el 60,9% de los representantes de las mype encuestadas son de sexo masculino. El 52,2% de los representantes de las mype encuestadas, el rango de edad es de 18 – 30 años. El 47,8% de los empresarios encuestados en las mype tienen grado de instrucción Universitarios. El 43,5% de los representantes encuestados manifiestan tener 3 años de actividad empresarial. El 65,2% de micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 69,6% de micro y pequeñas empresas encuestadas son formales. El 65,2% de micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan tener al trabajador en condiciones informales. El 100% de las mype encuestadas señalan que no cuentan con estándares de Calidad ISO. El 60,9% manifiestan aplicar una gestión de calidad. El 56,5% de las MYPE encuestadas ejecutan la técnica de mejora Continua. El 78,3% de las mype encuestadas señalan que si realizan capacitación orientadas al servicio. El 39,1% de micro

y pequeñas empresas encuestadas tienen como prioridad el precio ante sus proveedores. La investigación concluye que la mayoría (60,9%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, son de género masculino, la mayoría absoluta (52,2%) tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría relativa (47,8%) tiene el grado de instrucción universitaria y la mayoría relativa (43,5%) cuenta como administrador 3 años en el rubro. La mayoría absoluta (69,6%) de las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote están formalizadas, la mayoría absoluta (65,2%) se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría absoluta (65,2%) mantienen a sus trabajadores en condición informal. La totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores (16-17).

Bueno (2018) en su estudio 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 servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016. Para lograr el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos que fueron: 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. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo. La población muestral del estudio estuvo conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes en la Urb. 21 de Abril, Chimbote, 2016. La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 22 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4), y a la variable en estudio: Gestión de calidad en atención al cliente (13). Los resultados que se obtuvo de la investigación fueron los siguientes: el 62,5% tienen entre 31 a 50 años de edad. El 50,0% son de género femenino. El 50,0% tiene grado de instrucción secundaria. El 75,0% de los representantes son los dueños. El 50.0% de los representantes tienen en el cargo entre 4 a 6 años. El 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen en el rubro entre 4 a 6 años. El 62.5% de las micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores. El 87.5% de las micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando. El 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias. El 62.5% de los representantes no conoce el término gestión de calidad El 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. El 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad

es que no se adaptan a los cambios. El 87.5% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 62.5% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. El 62.5% de los representantes conocen el termino atención al cliente, el 25.0% tienen cierto conocimiento. El 62.5% de los representantes aseguran que a veces aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan. El 50.0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. El 50.0% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. El 50.0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio la atención personalizada. El 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. El 51% reconoce que esta brindado una mala atención por no contar con suficiente personal. El 37.5% de los representantes ha logrado obtener fidelidad de los clientes. La investigación concluye que la mayoría de los representantes son personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo existe igualdad en el porcentaje de ambos géneros masculino y femenino, cuentan con un grado de instrucción de estudios secundarios completos, presentan el cargo dueños y finalmente llevan en el cargo de 4 a 6 años. El tiempo de permanencia en el rubro de las micro y pequeñas empresas es de 4 a 6 años, cuentan con un número de trabajadores 1 a 5, el tipo de personas no presentan rasgos familiares y finalmente el objetivo de la mypes es generar ganancias. La mayoría de los representantes no conocen el término de gestión de calidad, pero aplican la técnica de atención al cliente, consideran que el personal tiene poca iniciativa lo cual dificulta la implementación de la gestión, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, así mismo consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento.

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

2.2 Bases teóricas de la investigación

Micro y pequeñas empresas (MYPE)

Las micro y pequeñas empresas (MYPE) 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 actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (Ministerio de trabajo de promoción y empleo, 2014).

Según el Instituto Nacional de la Estadística e Informática (2018) indica que:

El grupo de restaurantes registro aumento de 3,28% promoviendo por una mayor demanda en los establecimientos de pollerías, comidas rápidas, comida criolla, restaurantes, heladerías y cevicherías, debido a mayor concurrencia de consumidores, organización de eventos, cenas y buffet con show en vivo por celebración de Navidad y Año Nuevo. A su vez, reportaron incremento los negocios de chifas, restaurantes turísticos, sandwicherías, dulcerías, carnes y parrillas y comida japonesa (p.4).

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Según Reyes (2015) afirma lo siguiente:

Según el ministerio de trabajo, las micro y pequeñas empresas brindan empleo a más de 80 por ciento de la población económica activa (PEA) y generan cerca de 45 por ciento del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que: Proporcionan abundantes puestos de trabajo, reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos, incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población, son la principal fuente de desarrollo del sector privado, mejoran la distribución del ingreso y contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico (pp.16-17).

Características de las micro y pequeñas empresas

Las microempresas son aquellas que sus ventas anuales no sobrepasan de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Estas empresas deben contar de 1 hasta 10 trabajadores. Los beneficios sociales para los trabajadores son los siguientes: salud, remuneración, jornada máxima de 8 horas de trabajo por día, descanso semanal, trabajo en sobretiempo, feriados y vacaciones (15 días).

En las pequeñas empresas son aquellas que sus ventas anuales no sobrepasan de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Estas empresas deben contar de 1 hasta 100 trabajadores. Los beneficios para los trabajadores son los siguientes: remuneración, jornada máxima de ocho horas diarias, descanso semanal, feriados, vacaciones (15 días),

CTS, dos gratificaciones al año por fiestas patrias y navidad, es salud, derechos colectivos, utilidades y afiliados al Sistema Nacional de Pensiones (ONP).

En caso que suceda un despido arbitratorio en las microempresas y pequeñas empresas el trabajador tiene derecho a una indemnización a 20 remuneraciones diarias por cada año de servicio con un límite de 120 remuneraciones diarias (Superintendencia nacional de fiscalización laboral, 2017).

Ventajas

Una de las ventajas de las micro y pequeñas empresas es la facilidad para adaptarse a los contextos y las situaciones, de igual modo tomar decisiones y acciones a nivel interno, de igual forma la comunicación directa entre sus integrantes; canales eficaces, procesos ágiles, existe la burocracia y el trato más cercano con los clientes o beneficiarios directos (Retos directivos, 2015).

Desventajas

Una de las desventajas de las micro y pequeñas empresas es que está limitada a un mercado comercial muy reducido con pocos recursos humanos y materiales, de igual forma presentan dificultades de financiación, escasas posibilidades de inversión y expansión y reconocimiento limitado (Retos directivos, 2015).

Gestión de calidad

Según Gonzales & Arciniegas (2016) afirma lo siguiente:

El sistema de gestión de calidad, se puede definir como la estrategia general que utiliza la organización para el diseño y desarrollo de sus procesos de tal manera que estos, los procesos, lleven al desarrollo de productos o de prestación de un servicio de calidad para satisfacer una necesidad, deseo o expectativa del cliente (p.142).

Cortés (2017) indica que “la gestión de calidad pone en marcha a un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente” (p.9).

Calidad

Cortés nos informa sobre la “calidad (ISO 9000:2005): grado en el que el conjunto de características inherentes cumple con las necesidades o expectativas establecidas, implícitas u obligatorias” (p.11).

Principios de gestión de calidad

La filosofía TQM coloca la calidad en el centro de todas las actividades, y se inicia así un proceso de cambio para organizar la misión, la cultura y las prácticas de trabajo con el fin de lograr una mejora continua de la calidad.

- Enfoque al cliente: una organización está orientada al cliente cuando promueve el contacto directo con los clientes recopilando información sobre sus expectativas,

determina la calidad requerida por ellos, hace que esta información esté disponible dentro de la organización y tiene o cuenta diferentes roles de las personas.

- Liderazgo: el liderazgo se refleja en el compromiso de la dirección y su participación activa en el establecimiento de buenos canales de comunicación y en proporcionar los recursos necesarios para que el personal pueda desarrollar adecuadamente su trabajo.
- Participación del personal: una buena gestión se basa en las personas, que constituyen la esencia de las organizaciones. La participación del personal conduce a disponer de: personal motivado, comprometido.
- Enfoque basado en proceso: los procesos son actividades, o conjuntos de actividades, que utilizan recursos para transformarlos en productos de valor añadido para los clientes internos o externos.
- Enfoque de sistema para la gestión: identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema constituye a la eficiencia de la biblioteca y al logro de sus objetivos. Esto es especialmente importante ya que la mayoría de ellas actúan dentro de una organización más amplia y también deben establecer vínculos con los procesos básicos de la entidad de la gestión que dependen.
- Mejora continua: la mejora continua debe ser un objeto. Lo que exige un seguimiento periódico de los resultados en busca de la innovación, ajustado permanentemente los procesos.
- Toma de decisiones basada en hechos: las decisiones deben basarse en datos y análisis de la información. Se necesita tomarlas para mejorar continuamente los procesos, y

el sistema de calidad u ofrecer la información necesaria para hacerlo de manera razonada y eficaz (Balagué & Saarti, 2014, pp. 22-28).

Etapas para implementar un sistema de gestión de calidad

Según Gonzales & Arciniegas (2016) afirma las siguientes etapas:

- Sensibilización: no hay nada más fácil que vencer la resistencia al cambio y la de convencer a los empleados de la necesidad de contar con un sistema documentado y el seguimiento sistemático de las normas internas establecidas en la empresa y consignadas en el manual de calidad.
- Diagnóstico: consiste en analizar la problemática de la calidad.
- Planeación y organización del sistema de gestión de calidad: creación del equipo de trabajo para la implementación, se nombra al líder o responsable de conducir la implementación y se elabora el plan de trabajo para la conformación e implementación del sistema de gestión de calidad.
- Implantación del nuevo sistema de gestión de calidad: se fusiona con la documentación, de forma que se vayan introduciendo paulatinamente los procedimientos e instrucciones al tiempo que se definan y aprueben, además se debe realizar paulatinamente, para que los trabajadores asimilen fácilmente sin crear traumatismos en las dependencias y en el personal (p. 295).

Requisitos del producto y requisitos del sistema de gestión de calidad

Según Cortés (2017) indica que:

La familia de normas ISO 9000 distingue entre requisitos del producto y servicios y requisitos del sistema de gestión de calidad. Los requisitos de los productos y servicios están especificados en la ISO 9001. Los requisitos del sistema de gestión de calidad son genéricos y aplicables a cualquier tipo de organización, de cualquier sector y tamaño, independientemente del producto que ofrezca (p. 43).

La norma ISO 9004:2009, gestión para el éxito sostenido de una organización, enfoque de gestión de la calidad

Según Cortés (2017) indica que:

La norma ISO 9004:2009 proporciona las directrices para el aumento de la eficacia y la eficiencia global de la organización. Tiene como objetivo la mejora continua del desempeño de la organización medida a través de la satisfacción de los clientes y de las demás partes interesadas en la organización (p.53).

Atención al cliente

La atención al cliente es un servicio que ofrecen la mayoría de las empresas con el fin de tener un buen vínculo con los clientes.

Según la teoría de Domínguez (2014) afirma que la atención al cliente “es el centro neurálgico de la Unidad formativa: analizamos al cliente, sus características socio-

demográficas, psicosociales, sus preferencias, los procesos de compra de los bienes y servicios que demanda, y la atención comercial que debe recibir de manera óptima” (p.7).

Importancia de atención al cliente

La atención al cliente es un factor muy importante para toda micro y pequeña empresa ya que hoy en día hay mayor competencia en el mercado por lo que es necesario brindar un valor agregado.

Los clientes en la actualidad ya no buscan un buen precio y una buena calidad, sino todo lo contrario buscan un ambiente cómodo, un buen trato de parte de los trabajadores, una excelente atención, que el servicio sea rápido y eficiente. Si el cliente se muestra descontento es probable que ya nunca más regresé; pero si el cliente queda satisfecho volverá y probablemente recomiende a dicha empresa a otros consumidores.

Un buen servicio debe brindarse en todo momento desde que el cliente ingresa con un acogedor saludo, con un trato amable, durante el proceso de compra y después de la compra con el fin de satisfacer sus necesidades buscando la retención y fidelización. Debemos tener en cuenta que el triunfo de una empresa depende primordialmente de la demanda de los clientes.

El cliente

El cliente para una organización es muy valioso, es quien adquiere el producto o servicio que brinda dicha organización para satisfacer sus necesidades a través de un intercambio económico (dinero).

Tipos de clientes

Según Tarado (2014) afirma que existen cuatro tipos de cliente más habituales:

- Cliente dificultoso: este cliente se diferencia por ser extremadamente exigente ya que nunca quedará satisfecho todo le parecerá que está mal. Para poder tratar a este cliente se debe brindar un servicio excelente, tenerle mucha paciencia y no contradecirlo ya que esto le enfurecerá.
- Cliente complaciente: una de las características de este cliente es su amabilidad y cortes al momento de expresarse. Para poder tratar a este cliente debemos seguir su conversación y sus bromas siempre y cuando no sean de forma grosera teniendo en cuenta que el cliente no se debe sobrepasar con la confianza que brinda el vendedor.
- Cliente retraído: una de las características de este tipo cliente es solitario, reservado, tímido e inseguro. Para poder tratar a este cliente debemos entrar en confianza, casi siempre tiene problemas para comunicarse, son muy fáciles de convencer para que compre nuestro producto.
- Cliente inquieto: este cliente normalmente es bullicioso, impaciente, nervioso, travieso y siempre esta apurado por lo cual siempre busca una atención rápida. Para poder tratar a este tipo de cliente debemos darle a entender que estamos dando todo lo posible para que pueda ser atendido lo más pronto posible por el motivo que a ellos no les gusta esperar y no les importa si en la cola sea el último.

Satisfacción de los clientes

“La satisfacción del cliente es la evaluación que hace el cliente respecto a un servicio y que depende de que el servicio responda necesidades y expectativas” (Tarado, 2014, p.172).

Para una empresa es importante que su cliente se muestre satisfecho al optar por un producto o servicio de no ser así la empresa perderá clientes, la demanda disminuirá y perjudicará a la empresa económicamente. Cuando el cliente no se muestra insatisfecho por el producto brindado pueden reclamar y expresar los motivos de su queja.

Fases en el proceso de atención al cliente

Según Tarado (2014) las fases en el proceso de atención al cliente son las siguientes:

- Realización de pedidos: los pedidos de los clientes pueden llegar a la empresa por vía telefónica, e-mail, también puede llegar por medio del trabajador o también por ellos mismos. Teniendo en cuenta que se deben cumplir ciertos requisitos para evitar posibles confusiones al momento de brindar el producto, uno de los requisitos es: nombre del cliente, número telefónico, dirección lugar donde se entregara el producto, fecha que en la que desea la entrega, cantidad del producto, etc.
- Solicitud de información: las empresas se esfuerzan en brindar una buena información al cliente acerca de sus productos dándole a conocer por ejemplo su diseño, marca, calidad, garantía, beneficios, etc. El cliente no solo compra un producto para satisfacer sus necesidades, sino que sea agradable al momento usarlo.

- Gestión de reclamaciones y/o quejas: el modelo de gestión debe brindar servicio para toda clase de reclamos y/o queja por parte de los clientes. Al momento de tramitar un reclamo se debe tener en cuenta a quien está dirigido, que datos se necesita para solicitar su reclamo. Existen 2 tipos de reclamaciones una de ellas es la reclamación general que es importante que sean contestadas agradeciendo por aportar opiniones constructivas de parte del cliente, así ayudara a mejorar el producto o servicio; también existen las reclamaciones falsas o imaginarias mayormente se da por malos entendidos en donde la empresa no tiene la culpa, en este caso el trabajo encargado debe brindar nuevamente la información y explicarle su error al cliente.
- Servicios posventa: la atención al cliente debe brindarse en todo momento desde que el cliente ingresa al establecimiento, durante la venta del producto y al momento que se retira el cliente invitándole a regresar.

Los servicios de posventa más habituales son:

- Promocionales: son aquellas promociones, ofertas, descuentos que brinda la empresa hacia sus clientes con precios cómodos.
- Psicológicos: las empresas en la actualidad se esfuerzan mayormente en la presentación de su producto ya que el cliente es una persona muy cambiante en sus gustos, es decir si el cliente al momento de comprar no solo se basa en la marca, precio, cantidad del producto sino también como esta presentado.
- De seguridad: cada empresa brinda garantías acerca del producto que está vendiendo; brindando opción al cliente que pueda devolver el producto en caso que se muestre insatisfecho.

Canales de atención al cliente

Los canales de atención al cliente es una clave fundamental para poder acercarse al cliente.

Las empresas utilizan de forma frecuente distintos canales de comunicación para establecer y mantener las relaciones con los clientes. En función del tipo de comunicación que se necesite realizar.

Es necesario que los diferentes trabajadores de la organización conozcan las características y los métodos de comunicación que deberán emplearse en cada uno de estos canales, de forma directa en las ventas de la organización.

Las empresas utilizan varios canales de contacto con los clientes (de forma personal, teléfono, internet, etc.)

- Las oficinas, como canal de comunicación, son aquellas áreas a las cuales tienen acceso los clientes. La empresa dispondrá de un servicio físico para que tanto los empleados como clientes cierren las operaciones.
- El teléfono, es una herramienta muy útil por su potencialidad de contacto y ahorro de tiempo y desplazamientos. En caso de que los teléfonos de la empresa sean atendidos por una maquina automática que recibe las llamadas y las deriva, el mensaje de esa operadora debe estar correctamente formulado para que capte la atención al cliente mientras este espera a ser derivado.
- El internet influye grandes cales de comunicación como: el correo electrónico, web, redes sociales y videoconferencia (Izquierdo, 2019, pp. 40-45).

2.3 Marco conceptual

Microempresas: las micro y pequeñas empresas es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización y gestión empresarial.

PBI: el producto bruto interno es un valor total de los bienes y servicios producidos en un país durante un tiempo determinado.

Gestión de calidad: es una herramienta que permite a cualquier tipo de empresa planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias.

Gestión: es un conjunto de operaciones que permite dirigir y administrar una empresa o un negocio.

Calidad: es un conjunto de características y propiedades de un producto o servicio que les permite satisfacer necesidades, preferencias y gustos cumpliendo con las expectativas del consumidor.

Atención al cliente: es un servicio que brinda todo tipo de empresa a sus clientes para atender sus consultas, reclamos, pedidos o vender un producto.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018, no planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

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

Fue no experimental porque el estudio de investigación se desarrolló sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente, se desarrolló conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificación.

Fue transversal porque el estudio de investigación sobre la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018 se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2018.

Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.

4.2 Población y muestra

Se utilizó una población de 28 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo. (Ver anexo 3).

Se utilizó una muestra de 28 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. (Ver anexo 3).

4.3 Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes de las Micro y pequeñas empresas	Son dueños o personas encargados que proceden a optar a dirigir las empresas.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas varían entre diferentes edades y de géneros, que poseen diferentes grados de instrumentos, que a la misma vez se desempeña como dueños o administradores.	Edad	-De 18 a 30 años -De 31-50 años -51 a más años	Razón
			Género	-Masculino -Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	-Sin instrucción -Educación básica -Superior no universitario -Superior Universitario	Nominal
			Cargo que desempeña	-Dueño -Administrador	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	-De 0 a 3 años -De 4 a 6 años -7 a más años	Razón

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Características de las micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica construida por una persona natural o jurídica, que operan en distintos sectores del mercado.	Las micro y pequeñas empresas son pequeños negocios, poseen varios años de permanencia en el mercado y tienen trabajadores, los cuales pueden ser familiares o no familiares, cuyo objetivo es generar ganancias o para subsistencia.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	-De 0 a 3 años -De 4 a 6 años -7 a más años	Razón
			Número de trabajadores	-De 1 a 5 trabajadores -De 6 a 10 trabajadores -11 a más trabajadores	Razón
			Grado de familiaridad con los trabajadores	-Familiares -Personas no familiares	Nominal
			Objetivos de creación de la empresa	-Generar ganancia -Subsistencia	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente	Conjunto de actividades que se realizan en una organización, para establecer políticas de calidad en sus procesos de planificación, organización, dirección y control, con el fin de alcanzar una máxima eficiencia y eficacia en la gestión administrativa como también en la calidad de producto o servicio.	La gestión de calidad es una técnica moderna que todo emprendedor debe conocer ya que ayuda en las dificultades que tienen los trabajadores para implementar la gestión de calidad; así como también es una técnica que ayuda a medir el rendimiento del personal y a la misma vez contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.	Conocimiento del término gestión de calidad	-Si -No -Tengo conocimiento	Nominal
			Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad	- Benchmarking -Atención al cliente - Empaworment -Las 5 S -Outsourcing -Otros -Ninguno	Nominal
			Dificultades del personal para implementar 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 puntuaciones -Evaluación de 360° -Otros	Nominal

Continua...

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
			Contribución de la gestión de calidad en el rendimiento del negocio	-Si -No	Nominal
			Logro de los objetivos y metas con el uso de la gestión de calidad	-Si -No -A veces	Nominal
Atención al cliente	La atención al cliente es un servicio que ofrecen la mayoría de las empresas con el fin de tener un buen vínculo con los clientes.	Aplicar la gestión de calidad en atención al cliente es fundamental para el retorno del cliente al establecimiento; las herramientas y los factores para brindar un servicio de calidad ayudan a brindar un buen servicio al cliente y así poder obtener buenos resultados en la empresa.	Conocimiento del término atención al cliente	-Si -No -Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Aplicación de la gestión de calidad en el servicio brindado	-Si -No -A veces	Nominal
			La atención al cliente como herramienta fundamental para que éste regrese al establecimiento	-Si -No	Nominal
			Herramientas para un servicio de calidad	-Comunicación -Confianza -Retroalimentación -Ninguno	Nominal

Continua...

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
			Factores para brindar un servicio de calidad	-Atención - Personalización -Rapidez en entrega de los productos -Las instalaciones -Ninguna	Nominal
			La atención que brinda a sus clientes	-Buena -Regular -Malos	Nominal
			Razones de una mala atención	-No tiene suficiente personal -Por su mala organización de los trabajadores -Si brindan una buena atención al cliente	Nominal
			Resultados de una buena atención al cliente	-Cliente satisfecho -Fidelización de los clientes - Posicionamiento de la empresa	Nominal

Concluye

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se aplicó una encuesta, porque es una técnica que ayudó a establecer un contacto con las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes.

El instrumento que se utilizó es un cuestionario que está estructurado con 23 preguntas. El cuestionario está dividido en tres partes: las 5 primeras preguntas están referidas a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas; las 4 siguientes están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas y las 14 preguntas restantes están referidas a las características de la gestión de calidad con el uso en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.(Ver anexo 4).

4.5 Plan de análisis

Después que se aplicó un cuestionario a través de la técnica de la encuesta, se utilizó el programa Microsoft Excel para el procesamiento de la información y elaboración de las tablas y figuras estadísticas así mismo se utilizó el programa Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación además se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación; se utilizó el programa turnitin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios y se utilizó el programa PowerPoint para la elaboración de la ponencia.

4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumento
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018?	<p>Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Objetivo específico:</p>	Gestión de calidad en atención al cliente	Se utilizó una población de 28 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante s en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo Se utilizó una muestra de	Fue no experimental porque el estudio de investigación de desarrollo sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad en atención al cliente, se desarrolló conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificación. Fue transversal porque el estudio de investigación sobre la gestión de calidad bajo	<p>Técnica: -Encuesta</p> <p>Instrumento : - Cuestionario</p>

	<p>Determinar las características de los representantes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del</p>		<p>28 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p>	<p>el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018 se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2018.</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque en</p>	
--	--	--	--	---	--

	<p>distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p>			<p>atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018.</p>	
--	--	--	--	--	--

4.7 Principios éticos

Protección a las personas: se hizo de conocimiento solo la información que las personas encuestadas brindaron, mas no información personal de los representantes debido a que no hubo una autorización por parte de ellos, por lo cual se respetó su privacidad dentro de la investigación.

Beneficencia y no maleficencia: se protegió a las personas que nos ayudaron con información para nuestra investigación sin causarles ningún daño.

Justicia: se realizó bajo el cumplimiento de las normas y reglamento de la universidad, de igual manera se desarrolló de una manera equitativa, aplicando la misma modalidad a todas las personas encuestas sin sesgar el resultado.

Integridad científica: se mantuvo la integridad científica ya que se declaró los conflictos de interés en la investigación, además no se declararon daños a las personas que apoyaron en la investigación.

Libre participación y derecho a estar informado: la información que se obtuvo se realizó con el consentimiento de las personas encuestadas solo para fines específicos establecidos en el informe.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: se utilizó el correo electrónico de igual manera el Entorno Virtual Angelino para la presentación del trabajo de investigación y solo se imprimió documentos finales.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

Datos generales	N	%
Edad		
18 a 30años	9	32.14
31 a 50 años	13	46.43
51 a más años	6	21.43
Total	28	100.00
Género		
Masculino	19	67.86
Femenino	9	32.14
Total	28	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	0	0.00
Superior no universitaria	13	46.43
Superior universitaria	15	53.57
Total	28	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	15	53.57
Administrador	13	46.43
Total	28	100.00
Tiempo que se desempeña en el cargo		
0 a 3 años	9	32.14
4 a 6 años	5	17.86
7 a más años	14	50.00
Total	28	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas en atención al cliente del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica de distrito de Chimbote, 2018

Micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	6	21.43
4 a 6 años	17	60.71
7 a más años	5	17.86
Total	28	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	15	53.57
6 a 10 trabajadores	12	42.86
11 a más trabajadores	1	3.57
Total	28	100.00
Grado de familiaridad con los trabajadores		
Familiares	11	39.29
Personas no familiares	17	60.71
Total	28	100.00
Objetivo de creación de la empresa		
Generar ganancia	28	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	28	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas en atención al cliente del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

Tabla 3

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

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Conocimiento del término gestión de calidad		
Si	21	75.00
No	0	0.00
Tengo cierto conocimiento	7	25.00
Total	28	100.00
Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	2	7.14
Atención al cliente	18	64.29
Empowerment	3	10.71
Las 5 s	4	14.29
Outsourcing	1	3.57
Otros	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	28	100.00
Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad		
Poca iniciativa	2	7.14
Aprendizaje lento	9	32.14
No se adapta a los cambios	13	46.43
Desconocimiento del puesto	4	14.29
Otros	0	0.00
Total	28	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	16	57.14
La evaluación	6	21.43
Escala de puntuaciones	2	7.14
Evaluación de 360°	4	14.29
Otros	0	0.00
Total	28	100.00

Continua...

Tabla 3

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

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Contribución de la gestión de calidad en el rendimiento del negocio		
Si	28	100.00
No	0	0.00
Total	28	100.00
Logro de los objetivos y metas con el uso de la gestión de calidad		
Si	16	57.14
No	0	0.00
A veces	12	42.86
Total	28	100.00
Conocimiento del término atención al cliente		
Si	15	53.57
No	2	7.14
Tengo cierto conocimiento	11	39.29
Total	28	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio Brindado		
Si	25	89.29
No	0	0.00
A veces	3	10.71
Total	28	100.00
La atención al cliente como herramienta fundamental para que éste regrese al establecimiento		
Si	28	100.00
No	0	0.00
Total	28	100.00

Continua...

Tabla 3

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

Concluye

Gestión de calidad en atención al cliente	N	%
Herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	14	50.00
Confianza	14	50.00
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	0	0.00
Total	28	100.00
Factores para brindar un servicio de calidad		
Atención personalizada	12	42.86
Rapidez en la entrega de los productos	10	35.71
Las instalaciones	5	17.86
Ninguna	1	3.57
Total	28	100.00
La atención que brinda a sus clientes		
Buena	22	78.57
Regular	6	21.43
Malo	0	0.00
Total	28	100.00
Razones de una mala atención		
No tiene suficiente personal	6	21.43
Por una mala organización de los trabajadores	14	50.00
Si brinda una buena atención al cliente	8	28.57
Total	28	100.00
Resultados de una buena atención al cliente		
Cliente satisfecho	4	14.29
Fidelización de los clientes	9	32.14
Posicionamiento de la empresa	6	21.43
Incremento en las ventas	9	32.14
Total	28	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas en atención al cliente empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

Edad de los representantes: El 46.43% de los representantes tienen una edad promedio entre 31 a 50 años. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Antúnez (2017) quien manifiesta que el 72.7% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, así mismo coincide Chavez (2018) quien en su estudio encontró que el 50% de los representantes tienen 31 a 50 años, a su vez coincide Bueno (2018) quien determina que el 62.5% de los representantes tienen 31 a 50 años de edad, de igual manera coincide Huallpahuque (2015) quien determina que el 33.3% de los empresarios encuestados manifiestan que tienen entre 36 a 45 años y coincide Ríos (2015) quien manifiesta que el 35% de los representantes encuestados de las empresas tienen 35 a 44 años. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por Luna (2016) quien determina que el 52.2% de los representantes en las micro y pequeñas empresas tienen de 18 a 30 años. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas son dirigidas por personas adultas con responsabilidades, donde tienen claro sus metas para que puedan ser exitosos en el mercado nacional e internacional.

Género de los representantes: El 67.86% de los representantes encuestados son de género masculino. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Antúnez (2017) quien determina que el 63.6% de los representantes son de género masculino, así mismo

coincide Luna (2016) manifiesta que el 60.9% de los representantes encuestados de las micro y pequeñas encuestadas son de género masculino, a su vez coincide Ríos (2015) quien determina que el 65% de los representantes predomina el género masculino y coincide Chavez (2018) quien manifiesta que el 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por Huallpahuque (2015) determina que el 51.5% de los representantes son de género femenino y contrasta Bueno (2018) quien manifiesta que el 50.0% de los representantes son de género femenino. La mayoría de las micro y pequeñas empresas están dirigidas por personas de género masculino, ya que hoy en día no solo las mujeres cocinan sino también los hombres están incursionando en el mundo gastronómico.

Grado de instrucción de los representantes: El 53.57% de los representantes tienen grado de instrucción superior universitaria. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Antúnez (2017) quien determina que el 45.5% de los representantes tienen grado de instrucción superior universitaria, así mismo coincide Luna (2016) quien manifiesta que el 47.8% de los representantes tienen grado de instrucción superior universitaria, a su vez coincide Huallpahuque (2015) quien determina que el 33.3% de los encuestados cuentan con estudios Superiores Universitarios, de igual manera coincide Ríos (2015) quien manifiesta que el 60% de los representantes predomina la instrucción superior universitaria completa, de igual forma coincide Chavez (2018) quien determina que el 50% de los representantes de las empresas tienen instrucción superior universitaria. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien manifiesta que el 50.0% de los representantes tienen grado de instrucción secundaria. Se puede observar

que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas están instruidos bajo una carrera profesional; esto les beneficia para que puedan desempeñarse adecuadamente en el rubro con los conocimientos obtenidos.

Cargo que desempeñan los representantes: El 53.57% de los encuestados son dueños. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien determina que el 75.00% de los representantes son dueños. Se puede apreciar que los mismos dueños se encargan de manejar sus empresas por lo tanto necesitan siempre estar informados en temas como la gestión de calidad y la atención al cliente.

Tiempo que desempeñan en el cargo los representantes: El 50.00% de los representantes encuestados desempeñan en el cargo de 7 a más años. Este resultado contrasta con los resultados obtenidos por Ríos (2015) en su estudio de investigación quien demostró que el 50% de los representantes se dedican entre 5 a 7 años en el sector servicio-rubro restaurantes y contrasta Bueno (2018) quien determina que el 50% de los representantes tienen en el cargo entre 4 a 6 años. Se puede observar que la mayoría de los representantes desempeñan en el cargo más 7 años incursionando el sector servicio, rubro restaurantes, por lo cual les permite tener conocimientos necesarios para poder manejar la organización en la que trabajan satisfactoriamente.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: El 60.71% de los representantes indican que las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien determina que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por Antúnez (2017) quien manifiesta que el 68.2% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, de la misma manera contrasta Luna (2016) quien determina que el 43.5% de los representantes manifiestan tener 3 años de actividad empresarial y contrasta Chavez (2018) quien manifiesta que el 66.6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años de permanencia en el rubro. Se aprecia que la mayoría de las empresas tienen poco tiempo en el sector servicio, rubro restaurantes; pero una de las ventajas es que están ganando experiencia e innovando sus productos ya que los clientes son demasiado cambiantes.

Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas: El 53.57% de los representantes encuestados indican que cuentan con 1 a 5 trabajadores. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Antúnez (2017) quien determina que el 63.6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, de igual manera coincide Luna (2016) quien manifiesta que el 65.2% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 1 a 5 trabajadores y coincide Bueno (2018) quien determina que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores. Pero se

contrasta con los resultados obtenidos por Chavez (2018) quien manifiesta que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 6 a 10 colaboradores. Se puede apreciar que las empresas no cuentan con muchos colaboradores por ser una empresa pequeña.

Grado de familiaridad con los trabajadores: El 60.71% de los trabajadores de las empresas no son personas familiares. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien manifiesta que el 87.5% de las micro y pequeñas empresas tienen a personas no familiares laborando. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por Chavez (2018) quien determina que el 66.7% de las micro y pequeñas empresas cuentan con personas familiares trabajando. Se puede apreciar que la mayor parte de las micro y pequeñas empresas prefieren contratar a personas que no familiares para evitar conflictos u preferencias.

Objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas: El 100.00% de los representantes plasmaron que el objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas fue para generar ganancia. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Ríos (2015) quien manifiesta que el 45% de las micro y pequeñas empresas se formaron para generar ingresos, así mismo coincide Chavez (2018) quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas se formaron para generar ganancias y coincide Bueno (2018) quien manifiesta que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias. Se puede observar que la mayor parte de las empresas fueron creadas con el fin de generar ganancias para poder solventar los gastos familiares.

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

Conocimiento del término gestión de calidad: El 75.00% de los representantes encuestados si tienen conocimiento acerca de la gestión de calidad. Estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Chavez (2018) quien manifiesta que el 100.00% de los representantes no conocen del término gestión de calidad y contrasta Bueno (2018) quien determina que el 62.5% de los representantes encuestados no conocen el término gestión de calidad. Se puede apreciar que la mayoría de los representantes si tienen conocimiento de la gestión de calidad, lo cual les permite planear, ejecutar, y controlar las actividades que sean necesarias para el desarrollo de la empresa.

Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad: El 64.29% de los representantes si conocen la atención al cliente como una técnica de la gestión de calidad. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien determina que el 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por Chavez (2018) quien manifiesta que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la técnica el benchmarking. Se puede observar que los representantes conocen algunas técnicas modernas de la gestión de calidad que les permite mejorar la calidad de los servicios y planificar mejor sus productos.

Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad: El 46.43% de los representantes indican que el personal tiene dificultades para adaptarse a los cambios. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Chavez (2018) quien manifiesta que el 33.4% de las micro y pequeñas empresas aseguran que la dificultad del personal es porque no se adaptan a los cambios y coincide Bueno (2018) quien determina que el 75.00% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a lo cambios. Se aprecia que la mayoría de los trabajadores no se adaptan a los cambios; esto no beneficia a la empresa y puede traer consecuencias graves una de ellas que la empresa no sea exitosa y pierda la mayor parte de sus clientes.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: El 57.14% de los representantes encuestados conocen la técnica de observación para medir el rendimiento del personal. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Chavez (2018) quien manifiesta que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación y coincide Bueno (2018) quien determina que el 87.5% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. Se puede observar que la mayoría de los representantes evaluación constantemente a sus empleados para que los clientes se muestren satisfechos con la atención ofrecida en la empresa.

Contribución de la gestión de calidad en el rendimiento del negocio: El 100.00% de los encuestados afirman que la gestión de calidad si contribuye para mejorar el rendimiento del negocio. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Ríos (2015) quien

determina que el 85% de los representantes encuestados creen que la gestión de calidad es importante para la organización, de igual manera coincide Chavez (2018) quien manifiesta que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa y coincide Bueno (2018) quien determina que el 62.5% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. Se puede observar que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas coinciden en que la gestión de calidad contribuye para la mejora del rendimiento del negocio utilizando adecuadamente las técnicas de la gestión de calidad se puede obtener una mejora en todos los proceso y flujos de trabajo, logrando mejores resultados de productividad.

Logro de los objetivos y metas con el uso de la gestión de calidad: El 57.14% de los representantes afirman que la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas de las micro y pequeñas empresas y el 42.86% afirman que a veces la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas de las micro y pequeñas empresas. La mayoría de los representantes afirman que la gestión de calidad ayuda a detectar errores, la función principal de la gestión de calidad es verificar que el servicio y productos cumplan con la mayoría de los requisitos para que así la empresa pueda cumplir sus objetivos uno de ellos puede ser el posicionamiento.

Conocimiento del término atención al cliente: El 53.57% de los representantes encuestados si tienen conocimiento acerca del término atención al cliente. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Chavez (2018) quien manifiesta que el 100.00% de los representantes conocen el término atención al cliente y coincide Bueno

(2018) quien determina que el 62.5% de los representantes conocen el término atención al cliente. La mayor parte de los encuestados si tienen conocimiento del término atención al cliente; por ello lo aplican en su establecimiento para poder satisfacer las necesidades de sus clientes.

Aplicación de la gestión de calidad en el servicio brindado: El 89.29% de los representantes indican que, si aplican la gestión de calidad. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Antúnez (2017) quien en su estudio de investigación encontró que el 59,1% si aplican la gestión de calidad, de igual manera coincide Luna (2016) quien manifiesta que el 60.9% de los representantes manifiestan aplicar la gestión de calidad y coincide Chavez (2018) quien determina que el 100% de los representantes de las empresas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien determina que el 62.5% de representantes a veces aplican gestión de calidad en el servicio que brindan. Los representantes encuestados si aplican la gestión de calidad porque les ayuda a cumplir la normativa relacionada de sus servicios y productos brindados a los clientes.

La atención al cliente como herramienta fundamental para que éste regrese al establecimiento: El 100.00% de los representantes encuestados indican que si es fundamental la atención al cliente para el retorno del cliente. Estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien manifiesta que el 50% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento. La atención al cliente es fundamental para toda empresa ya que hoy en día hay mayor competencia en el mercado; por lo cual es necesario brindar un valor

agregado en este caso puede ser brindar una atención de calidad hacia los clientes y así ellos mismos puedan garantizar a sus amistades el servicio que brinda dicho restaurante.

Herramientas para un servicio de calidad: El 50.00% de los representantes indican que ponen en práctica como una herramienta la comunicación y confianza como una herramienta para un servicio de calidad. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien determina que el 50% de los representantes utilizan la confianza como una herramienta de servicio al cliente. Se puede observar que en la mayoría de las micro y pequeñas empresas ponen en práctica la comunicación y la confianza entre el cliente y el empleado, como una herramienta de servicio de calidad para que el cliente se sienta cómodo y seguro dentro del establecimiento.

Factores para brindar un servicio de calidad: El 42.86% de los representantes encuestados afirman que ponen en práctica la atención personalizada. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien determina que el 50% de los representantes consideran como factor importante en el servicio la atención personalizada. Se puede observar que la mayoría de las empresas brindan la atención personalizada ya que es un factor que implica un trato directo entre el trabajador y el cliente.

La atención que brinda a sus clientes: El 78.57% de los representantes indican que la atención que brindan es buena. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Chavez (2018) quien determina que el 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que brindan una buena atención al cliente y coincide Bueno (2018) quien manifiesta que el 62.5% de los representantes consideran que la atención que

brindan es buena. Se aprecia que la mayoría de las empresas brindan una buena atención hacia sus clientes; esto puede ser una de las razones que el cliente se incline hacia la empresa.

Razones de una mala atención al cliente: El 50.00% de los representantes indican que una de las razones de una mala atención proviene por una mala organización de los trabajadores. Estos resultados contrastan con los resultados obtenidos por Bueno (2018) quien determina que el 51% reconoce que está brindando una mala atención por no contar con suficiente personal. Las asignaciones de tareas mal planeadas y la falta de personal causan que no se brinde un buen servicio a los clientes.

Resultados de una buena atención al cliente: El 32.14% de los representantes afirman que una buena atención trae como resultado la fidelización de los clientes. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Antúnez (2017) quien determina que el 22.7% cree que contribuye a la fidelización de los clientes y coincide Bueno (2018) quien determina que el 37.5% de los representantes ha logrado fidelidad de los clientes. Una adecuada atención de calidad beneficia a la empresa obteniendo mayores clientes y la fidelización de ellos y sobre todo ayuda a la incrementación de sus ingresos.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes encuestados de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, tienen grado de instrucción superior universitaria, desempeñan en el cargo de dueño, tienen de 7 a más años desempeñando en el cargo. La minoría tienen una edad promedio de 31 a 50 años.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar ganancias. La mayoría de las micro y pequeñas empresas pertenecen en el rubro de 4 a 6 años, el número de trabajadores es de 1 a 5 y las personas que trabajan en las empresas son personas no familiares.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad si contribuye para mejorar el rendimiento del negocio y la atención al cliente si es fundamental para el retorno del cliente. La mayoría de los representantes si conocen el término gestión de calidad, también conocen la atención al cliente como una técnica moderna de la gestión de calidad, al mismo tiempo aplican la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal, asimismo la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas de las micro y pequeñas empresa, además si tienen conocimiento del término atención al cliente, de igual manera aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, la comunicación y confianza lo aplican como una herramienta para un servicio de calidad, además la atención que brindan sus clientes es buena pero una de las razones de una mala atención es por causa de una mala organización de los trabajadores. La minoría de los representantes encuestados indican que una de las

dificultades que tienen los trabajadores para la implementación de la gestión de calidad es porque no se adaptan a los cambios, se utilizó la atención personalizada como un factor para brindar un servicio de calidad, como resultado de una buena atención al cliente se obtiene la fidelización y el incremento en las ventas.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Invertir en capacitaciones como en temas de gestión de calidad, atención al cliente y en temas administrativos para ampliar la base de conocimientos; esto contribuye al desarrollo profesional y beneficia a la empresa para la mejora de la calidad de los productos y servicios ofrecidos.

Desarrollar un diagnóstico situacional para identificar las necesidades de los clientes y utilizar tecnologías de comunicación para mejorar la relación con los clientes.

Implementar fuentes de salubridad y supervisión del mantenimiento de los suministros; esto es muy importante para cuidar la salud de los clientes y de los alimentos teniendo en cuenta que el cliente para la empresa es valioso e implementar una zona de quejas y reclamos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Antúnez, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016.* (Tesis de licenciatura). Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>

Asistencia en calidad medio ambiente y servicios. (2017). *España 7° país del mundo con más certificados ISO 9001.* Recuperado de: <https://www.grupoacms.com/blog/espana-septimo-pais-con-mas-certificados-gestion-calidad-iso-9001/>

Balagué, N., & Saarti, J. (2014). *Gestión de calidad.* Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3221821&query=gestion+de+calidad>

Bueno, M. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016* (Tesis de licenciatura). Recuperado de: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228/GESTION_DE_CALIDAD_EN_LA_ATENCION_AL_CLIENTE_BUENO_MARTINEZ_MICELI_PAOLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chavez, E. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016* (tesis de licenciatura). Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9189/GESTION_CALIDAD_ATENCION_CLIENTE_CHAVEZ_PAREDES_.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cortés, J. M. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015)*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&query=gestion+de+calidad>

Domínguez, E. (2014). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3222663&query=teoria+de+> Gonzales, O., & Arciniegas, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3222663&query=teoria+de+atencion+al+cliente>

Gonzales, O., & Arciniegas, J. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4870575>

Huallpahuaque, G. (2015). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Calidad Total en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores–Huaraz 2014* (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039567>

Instituto nacional de estadística e informática. (2018). *Encuesta mensual del sector servicio*. Recuperado de:

<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin>

Izquierdo, C. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5810063&query=canales%2Bde%2Batencion%2Bal%2Bcliente>

Jurado, G. (2014). *Calidad de la gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito* (Tesis de maestría). Recuperado de:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8010/TESIS%20POSTGRADO%20GISSELA%20JURADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Luna, K. (2016). “*Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013*”. (Tesis de pregrado). Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039880>

Mendez Torres, D. M., Gonsales Hernan, J. A., Hernandez Sierra, I. P., & De Flaviis, C. (2017). *Calidad en las Empresas del sector Hotelero en Colombia*. Recuperado de:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12027/ME%20ONDEZ_GONZALEZ_HOTELERO_COLOMBIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Mendoza, F. (2015). “*El servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa*” (Título de grado). Recuperado de: http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Mendoza-Fatima.pdf?fbclid=IwAR3HpnaSbfqBF4L2BozObxggAPx67Nh8G6SBEBBA2g91eeZ_5sk1-j-huYR4
- Ministerio de trabajo de promoción y empleo. (2014). *Informe general - registro nacional de la micro y pequeñas empresas (MYPE)*. Recuperado de: <http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=541>
- Palacios, A. (2018, agosto). *Perú: situación de las micro y pequeñas empresas*. Con nuestro Perú. Recuperado de: <https://www.connuestroperu.com/economia/58055-peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas>
- Quiroga, O. (2017). *El futuro del empleo está en las pymes*. Recuperado de: <http://www.telam.com.ar/notas/201706/193631-pymes-futuro-economia-empleo-quiroga-angelo.html>
- Retos Directivos. (2015). *Micro y pequeñas empresas: elementos definitorios*. Recuperado de: <https://retos-directivos.eae.es/cuales-son-los-elementos-que-definen-a-una-microempresa/>
- Reyes, M. (2015). *Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de insumos agrícolas – casco urbano del distrito de Chimbote, año 2013* (Tesis de pregrado). Recuperado de: [file:///C:/Users/MELVA/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(57\).pdf](file:///C:/Users/MELVA/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(57).pdf)

Ríos, 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* (Tesis de Pregrado). Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037587>

Superintendencia nacional de fiscalización laboral. (2017). *Régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de: <http://ucsp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/04/PPT-RLE-MYPE-INPA.pdf>

Tarado, C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Recuperado de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=11046755>

Villalba, S. (2016). “*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*” (Título de licenciatura). Recuperado de: http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%20C3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR3HVk0M6lg-HFD_gmqgyLbXVj0biwLWJLn3_54OHCgnfMdkOJmIOrJZbV0

ANEXOS

Anexo 1.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
N°	Actividades	Año 2018								Año 2019						
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del Proyecto	X														
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X											
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X										
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información						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		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														X	
15	Redacción de artículo científico															X X

Anexo 2.

Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiantes)			
Categoría	Base	Número ó O %	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.30	104	31.20
• Empastado	100	1	100.00
• Papel bond A-4 (500 hoja)	5.00	1	5.00
• Lapiceros	0.50	2	1.00
Servicios			
• Uso del turnitín	50.00	2	100.00
Sub total			237.20
Gastos de pasajes			
• Pasaje para la recolección de información	3.00	14	42.00
Sub total			42.00
Total de presupuesto desembolsable			279.20
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	Numero o %	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			931.20

Anexo 3.**CUADRO DE SONDEO**

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN
1	Restaurants Rossy	Av. Pardo
2	Restaurante H22	Av. Pardo
3	Restaurante “El farolito”	Av. Pardo
4	Restaurante “La orquídea”	Av. Pardo
5	Restaurant la eskinita	Av. Francisco Bolognesi
6	La sazón de Paola	Av. Francisco Bolognesi
7	Restaurant	Av. Francisco Bolognesi
8	Restaurant Noelia´s	Av. Gálvez
9	Restaurant “El trébol”	Av. Gálvez
10	Restaurante Tantarela	Jr. Manuel Ruiz
11	Restaurant Café Til	Jr. Elías Aguirre
12	Brandys chicharroneria y Restaurant	Jr. Elías Aguirre
13	Restaurant Hostal Plaza	Jr. Enrique palacios
14	Restaurante Venecia	Jr. Enrique palacios
15	Restaurant las Flores	Jr. Enrique palacios
16	Tang Rico-Restaurante	Jr. Enrique palacios
17	Naty´s Restaurant y eventos	Jr. José Olaya
18	Restaurante Sabor Limeño	Jr. José Olaya
19	Restaurante la cochera	Jr. José Olaya
20	Restaurante “Recutecu”	Jr. José Olaya
21	Restaurante Quepay (resto bar)	Jr. José Olaya
22	Restaurante el palmero de Juanita	Jr. José Olaya
23	El Marke´s (Restaurant y sangucheria)	Jr. Alfonso Ugarte
24	Restaurant Pamela	Jr. Alfonso Ugarte
25	Casa blanca Grill Restaurant	Jr. Ladislao espinar
26	Restaurant	Jr. Leoncio Prado
27	Restaurante Rinconcito del sabor	Jr. Leoncio Prado
28	Palmerito y pollo a la brasa	Jr. Leoncio Prado

Anexo 4.

CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS, CONTABLES FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **“GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES EN LA ZONA CÉNTRICA 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 a 30 años
- b) 31 a 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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación de la empresa

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

III.REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

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

11. Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente

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

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

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

13. Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

20. ¿Principales factores que utiliza para dar calidad al servicio que brinda?

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

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

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

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

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

Anexo 5.

HOJA DE TABULACIÓN

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

Variable	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad	18 a 30 años	IIII IIII	9	32.14
	31 a 50 años	IIII IIII III	13	46.43
	51 a más años	IIII I	6	21.43
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Género	Masculino	IIII IIII IIII IIII	19	67.86
	Femenino	IIII IIII	9	32.14
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Grado de instrucción	Sin instrucción	-	-	0.00
	Educación básica	-	-	0.00
	Superior no universitaria	IIII IIII III	13	46.43
	Superior universitaria	IIII IIII IIII	15	53.57
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Cargo que desempeña	Dueño	IIII IIII IIII	15	53.57
	Administrador	IIII IIII III	13	46.43
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	IIII IIII	9	32.14
	4 a 6 años	IIII	5	17.86
	7 a mas año	IIII IIII IIII	14	50.00
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

Variable	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años	IIII I	6	21.43
	4 a 6 años	IIII IIII IIII II	17	60.71
	7 a más años	IIII	5	17.86
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIII IIII IIII	15	53.57
	6 a 10 trabajadores	IIII IIII II	12	42.86
	11 a más trabajadores	I	1	3.57
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Grado de familiaridad con los trabajadores	Familiares	IIII IIII I	11	39.29
	Personas no familiares	IIII IIII IIII II	17	60.71
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Objetivo de creación de la empresa	Generar ganancia	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
	Subsistencia	-	-	0.00
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2018

Variable	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento del término gestión de calidad	Si	IIII IIII IIII IIII I	21	75.00
	No	-	-	0.00
	Tengo cierto conocimiento	IIII II	7	25.00
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking	II	2	7.14
	Atención al cliente	IIII IIII IIII III	18	64.29
	Empaworment	III	3	10.71
	Las 5 s	III	4	14.29
	Outsourcing	I	1	3.57
	Otros	-	-	0.00
	Ninguno	-	-	0.00
Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00	
Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad	Poca iniciativa	II	2	7.14
	Aprendizaje lento	IIII IIII	9	32.14
	No se adapta a los cambios	IIII IIII III	13	46.43
	Desconocimiento del puesto	III	4	14.29
	Otros	-	-	0.00
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	IIII IIII IIII I	16	57.14
	La evaluación	IIII I	6	21.43
	Escala de puntuaciones	II	2	7.14
	Evaluación de 360°	III	4	14.29
	Otros	-	-	0.00
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00

Continua...

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2018

Variable	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Contribución de la gestión de calidad en el rendimiento del negocio	Si	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
	No	-	-	0.00
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Logro de los objetivos y metas con el uso de la gestión de calidad	Si	IIII IIII IIII I	16	57.14
	No	-	-	0.00
	A veces	IIII IIII II	12	42.86
	Total		28	100.00
Conocimiento del término atención al cliente	Si	IIII IIII IIII	15	53.17
	No	II	2	7.14
	Tengo cierto conocimiento	IIII IIII I	11	39.29
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio brindado	Si	IIII IIII IIII IIII IIII	25	89.29
	No	-	-	0.00
	A veces	III	3	10.71
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
La atención al cliente como herramienta fundamental para que éste regrese al establecimiento	Si	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
	No	-	-	0.00
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Herramientas para un servicio de calidad	Comunicación	IIII IIII IIII	14	50.00
	Confianza	IIII IIII IIII	14	50.00
	Retroalimentación	-	-	0.00
	Ninguno	-	-	0.00
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00

Continua...

Características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, año 2018

Variable	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Factores para brindar un servicio de calidad	Atención Personalizada	IIII IIII II	12	42.86
	Rapidez en entrega de los productos	IIII IIII	10	35.71
	Las instalaciones	IIII	5	17.86
	Ninguna	I	1	3.57
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
La atención que brinda a los clientes	Buena	IIII IIII II	22	78.57
	Regular	IIII I	6	21.43
	Malos	-	-	0.00
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Razones de una mala atención	No tiene suficiente personal	IIII I	6	21.43
	Por su mala organización de los trabajadores	IIII IIII IIII	14	50.00
	Si brindan una buena atención al cliente	IIII III	8	28.57
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00
Resultados de una buena atención al cliente	Cliente satisfecho	IIII	4	14.29
	Fidelización de los clientes	IIII IIII	9	32.14
	Posicionamiento de la empresa	IIII I	6	21.43
	Incremento en las ventas	IIII IIII	9	32.14
	Total	IIII IIII IIII IIII IIII III	28	100.00

Concluye

Anexo 6.

Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona centrica del distrito de Chimbote, 2018

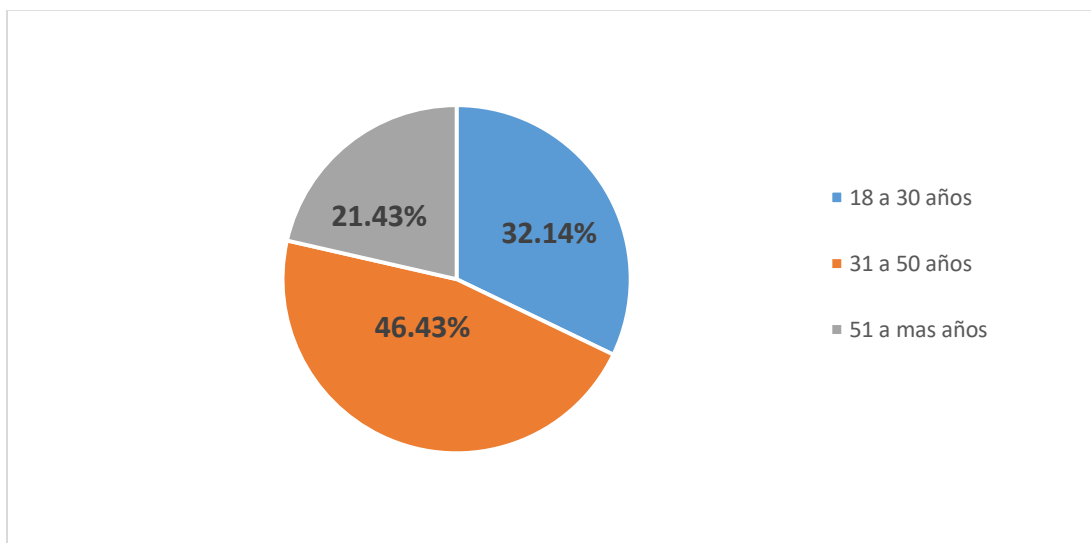


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

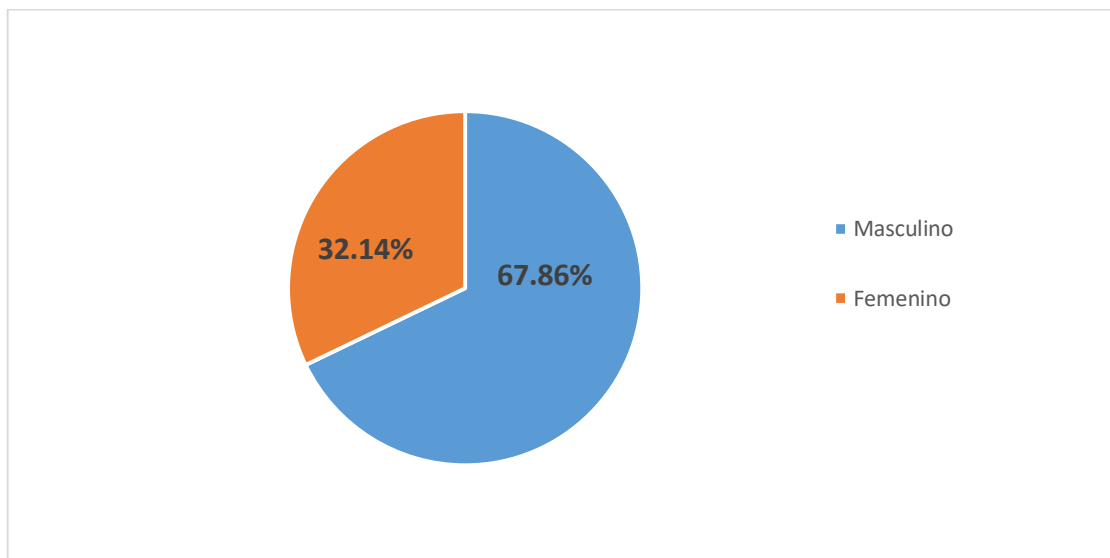


Figura 2. Género

Fuente. Tabla 1

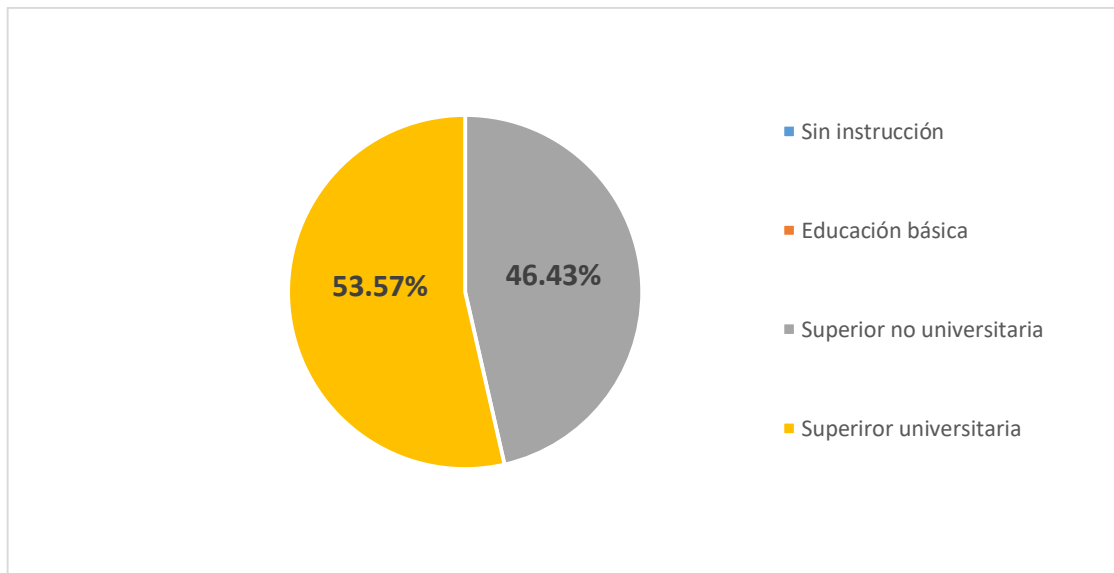


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

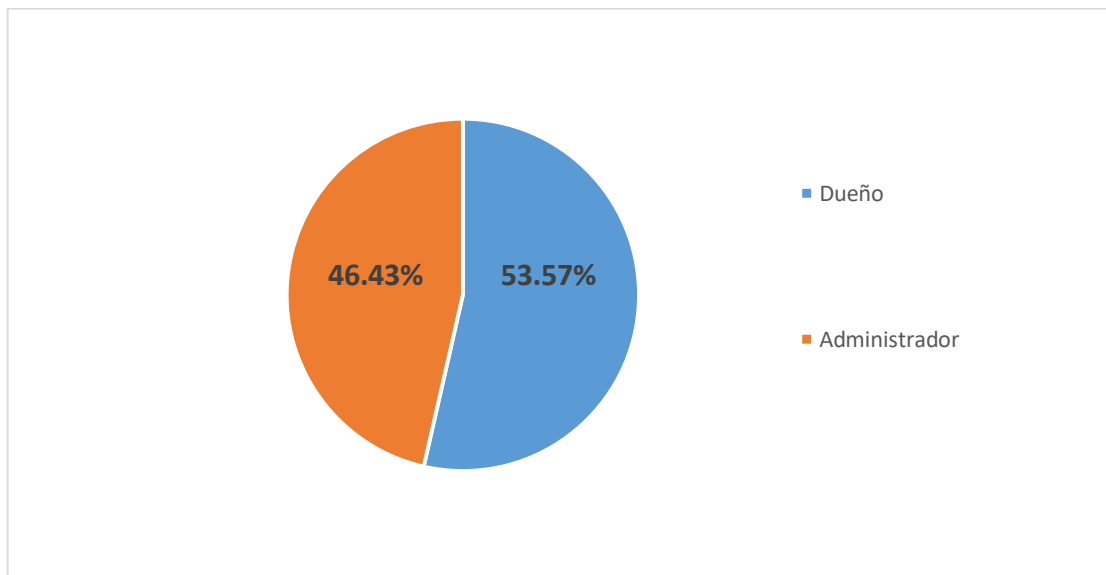


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

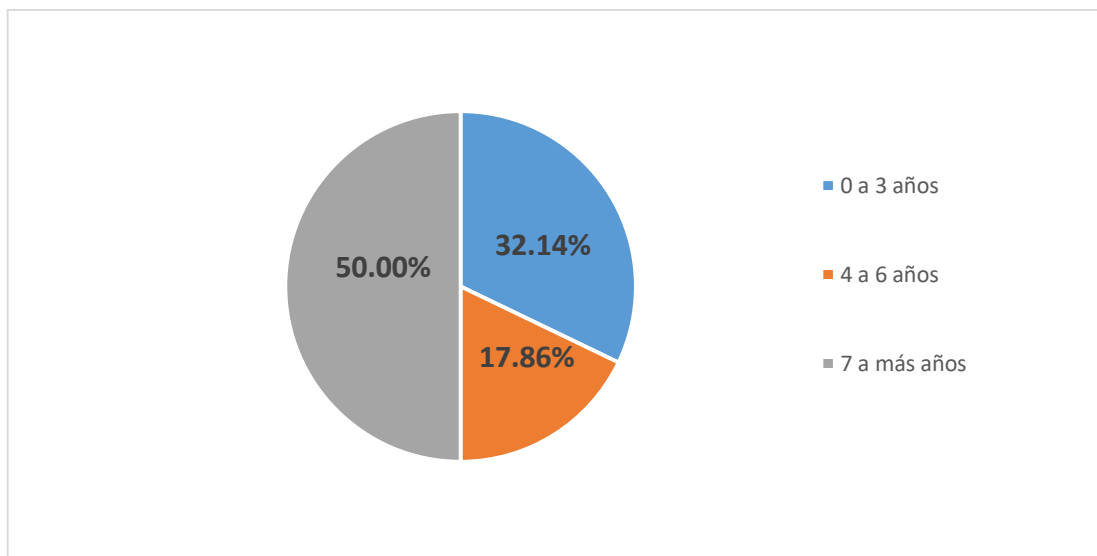


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en la zona céntrica del distrito de Chimbote, 2018

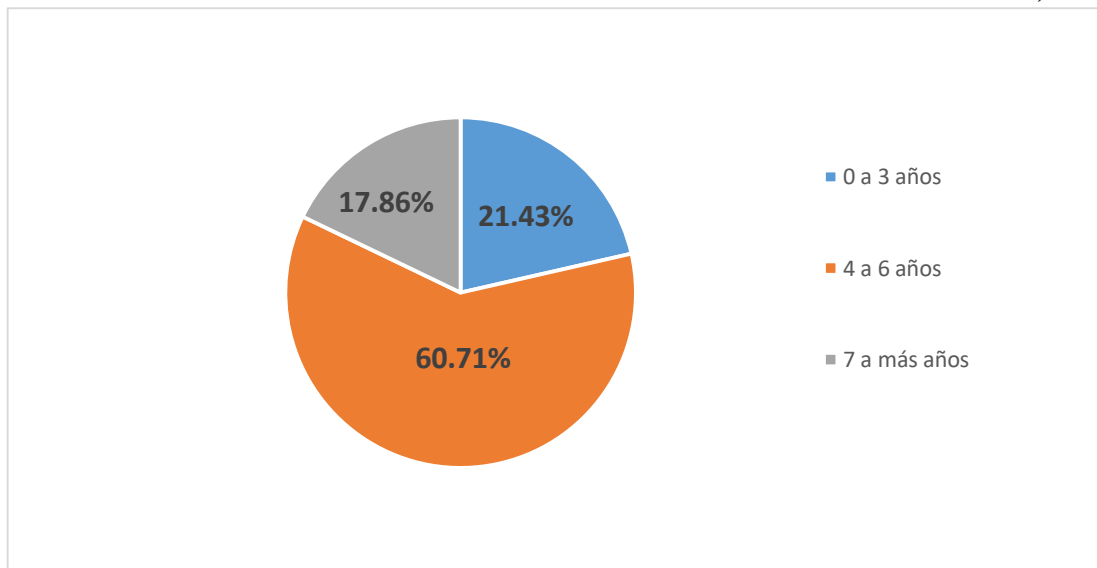


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

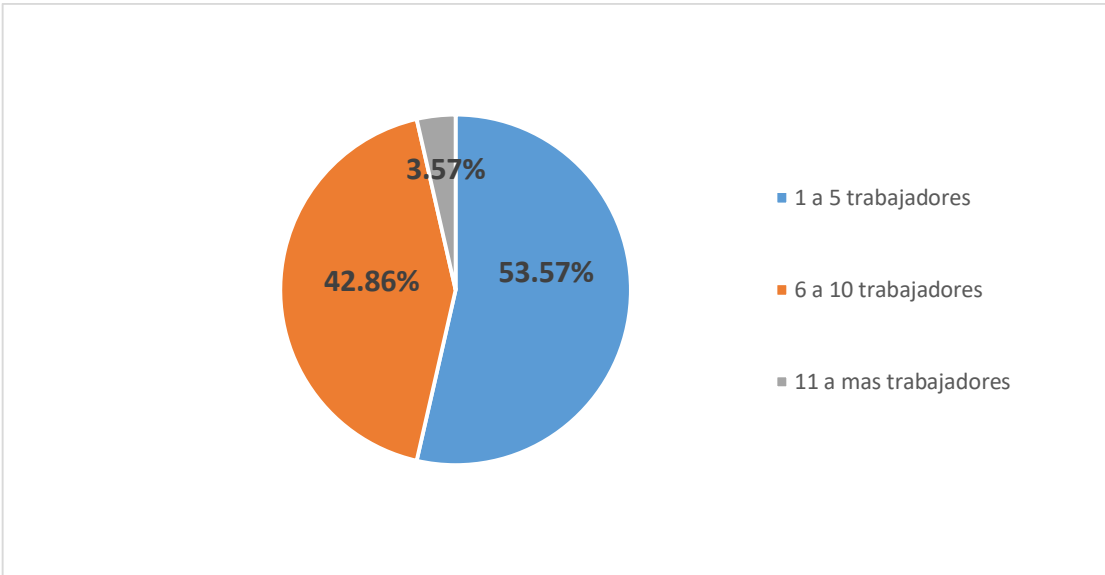


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

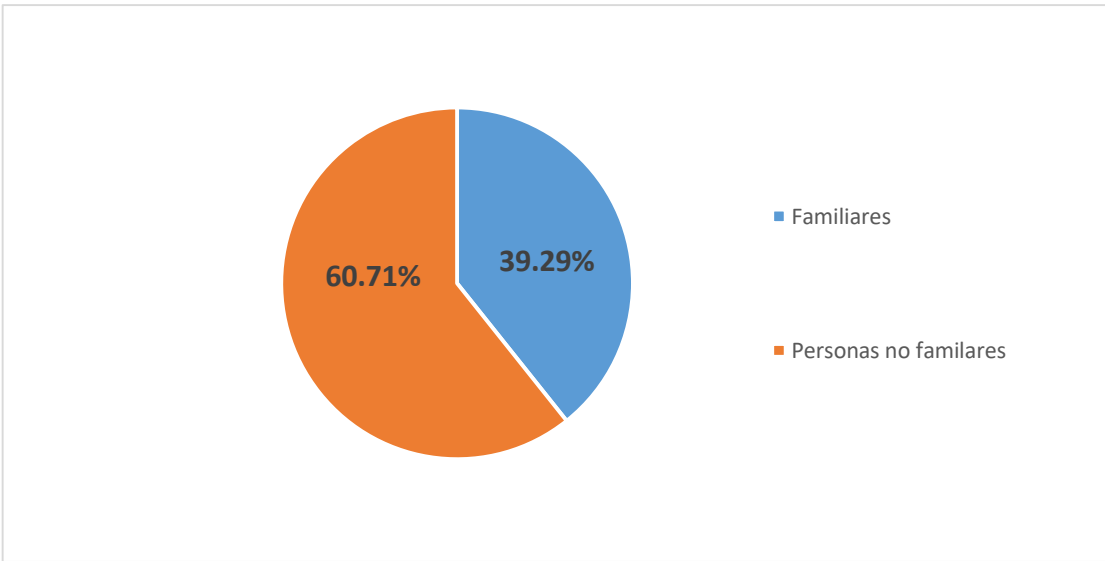


Figura 8. Grado de familiaridad con los trabajadores

Fuente. Tabla 2

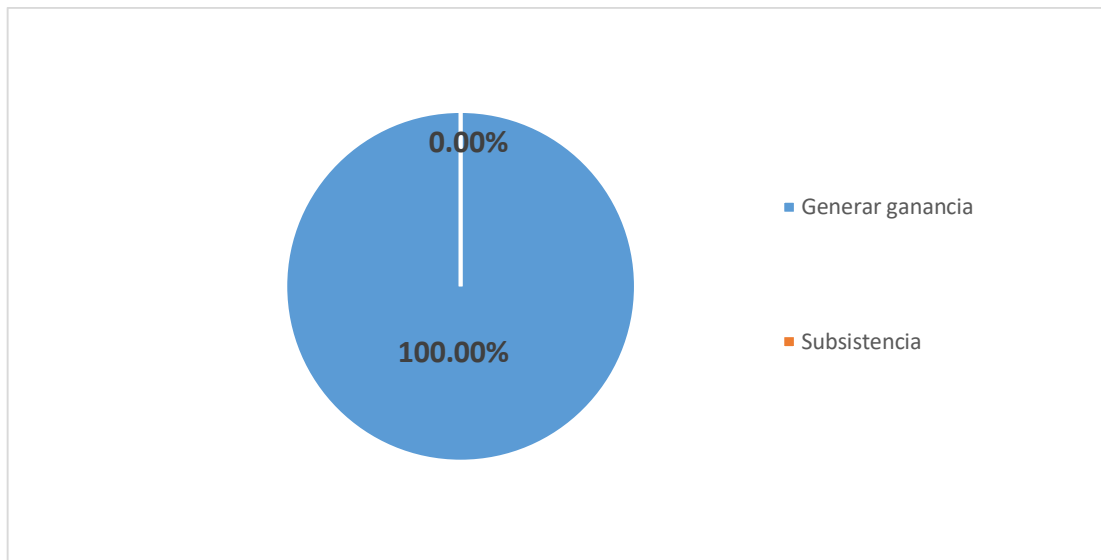


Figura 9. Objetivo de creación de la empresa

Fuente. Tabla 2

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

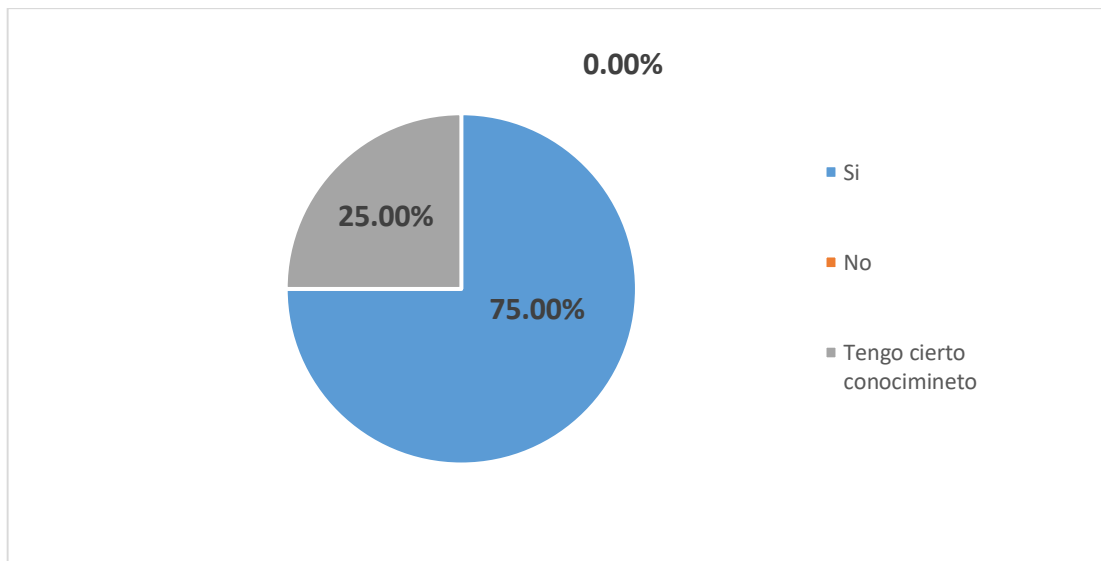


Figura 10. Conocimiento del término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

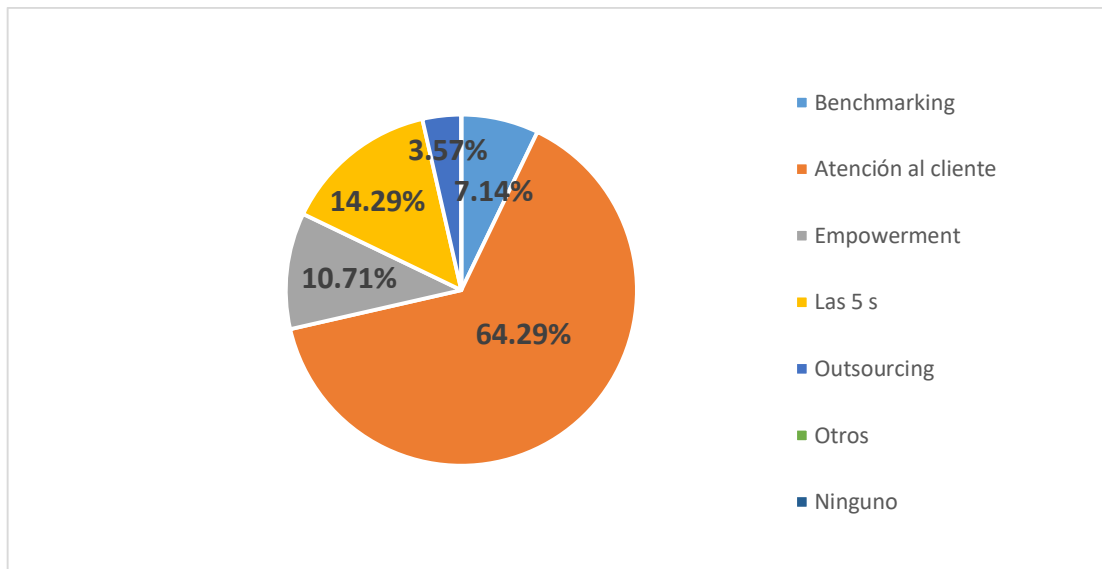


Figura 11. Conocimiento de las técnicas modernas de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

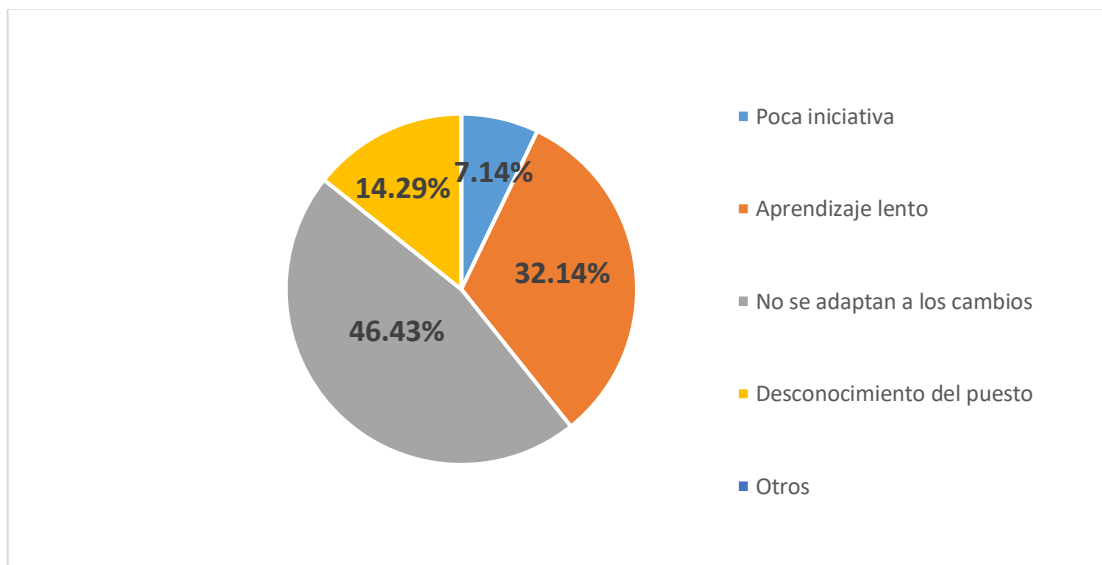


Figura 12. Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

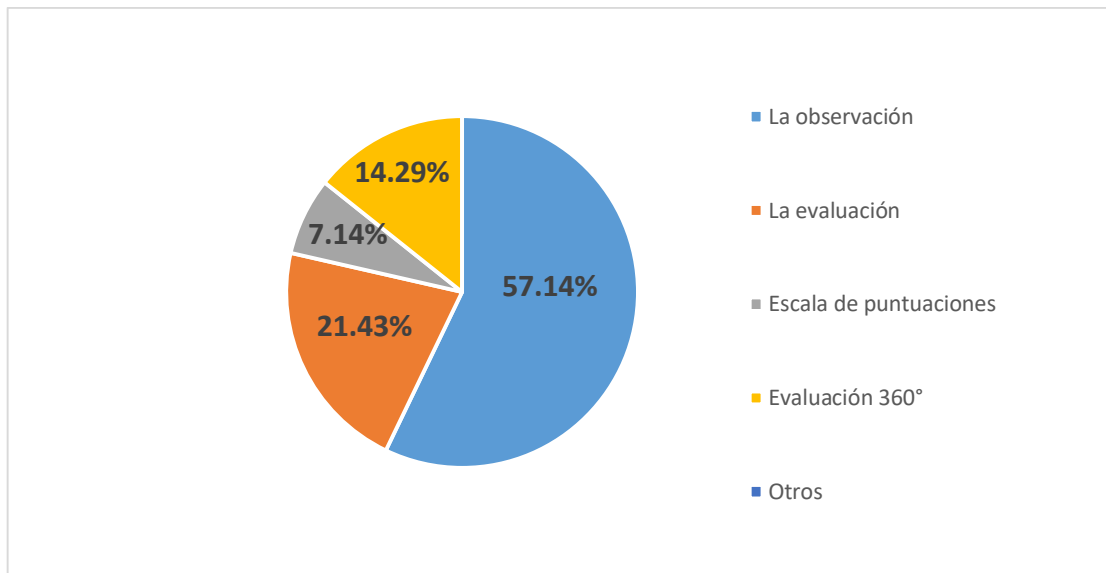


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 03

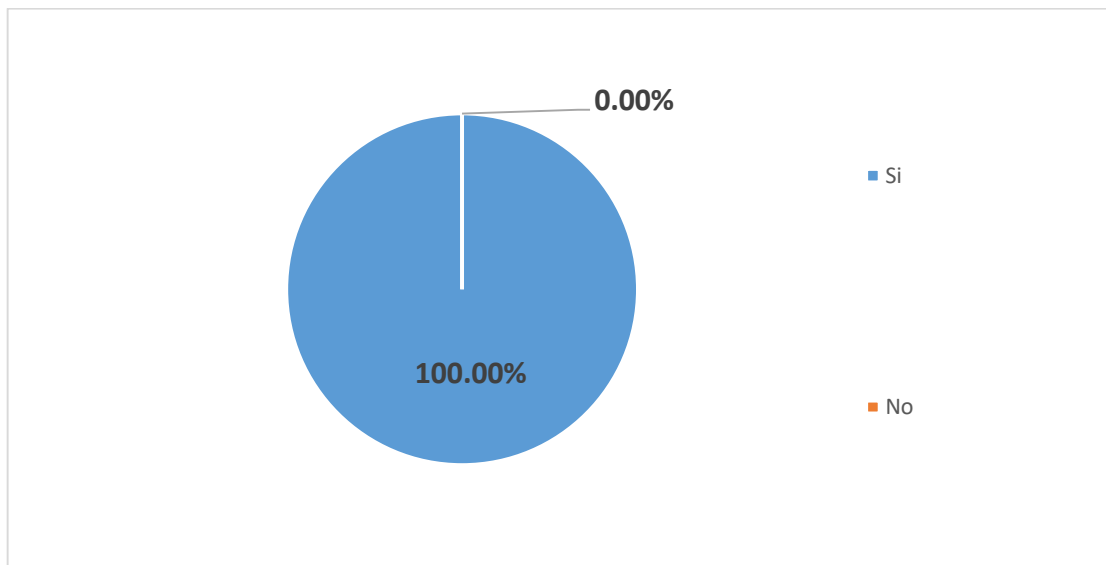


Figura 14. Contribución de la gestión de calidad en el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

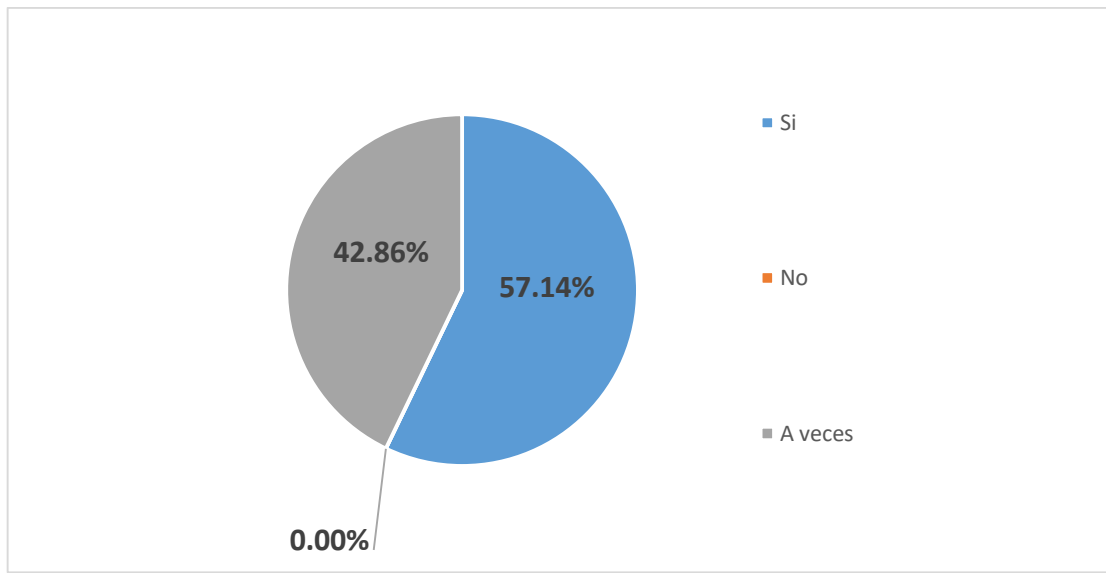


Figura 15. Logro de los objetivos y metas con el uso de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

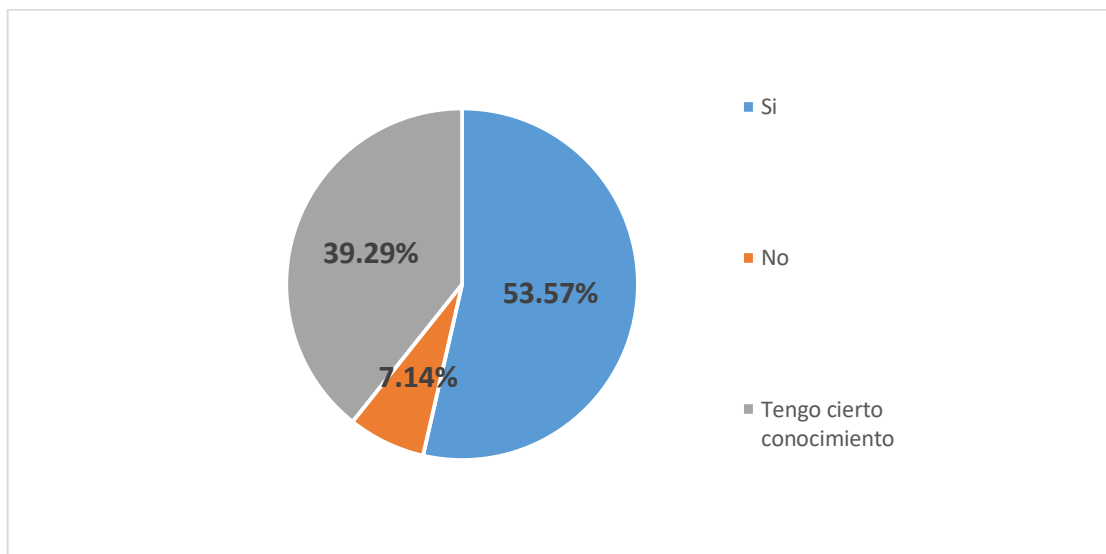


Figura 16. Conocimiento del término atención al cliente

Fuente. Tabla 03

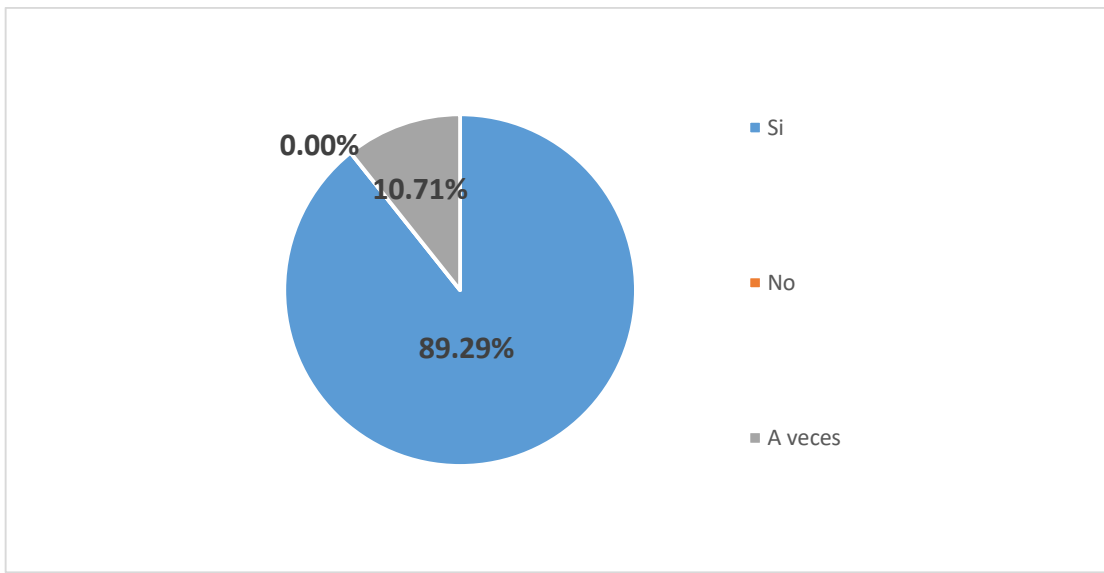


Figura 17. Aplicación de la gestión de calidad en el servicio que brindado

Fuente. Tabla 03

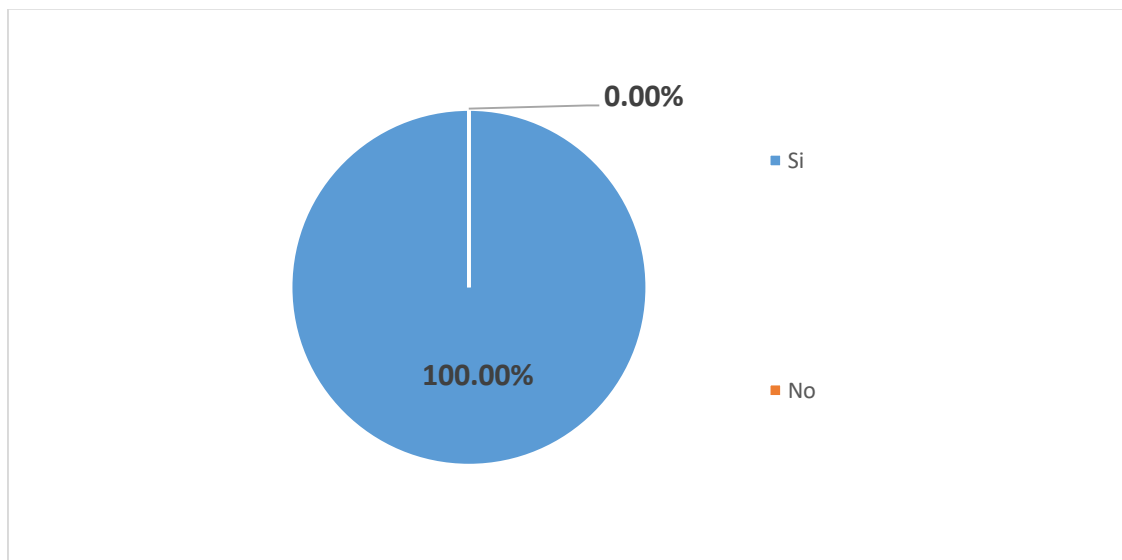


Figura 18. La atención al cliente como herramienta fundamental para que éste regrese al establecimiento

Fuente. Tabla 3

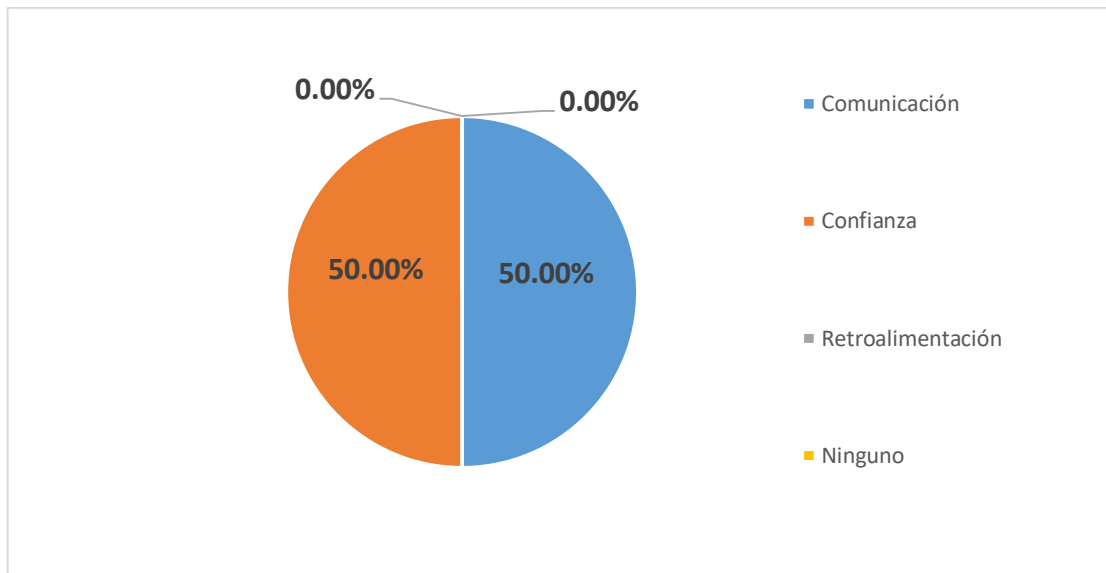


Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

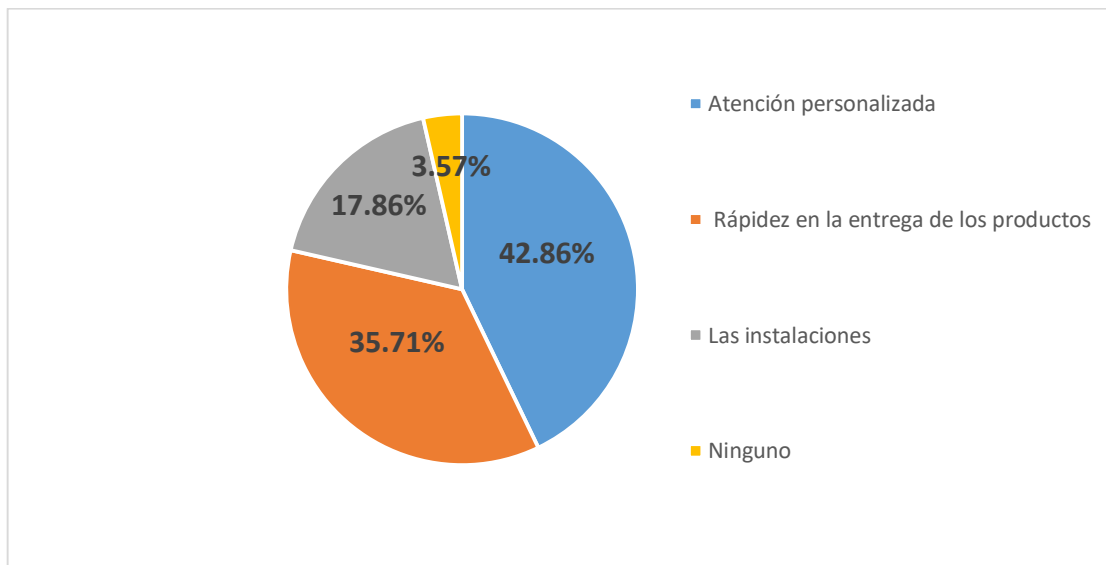


Figura 20. Factores para brindar un servicio de calidad

Fuente. Tabla 3

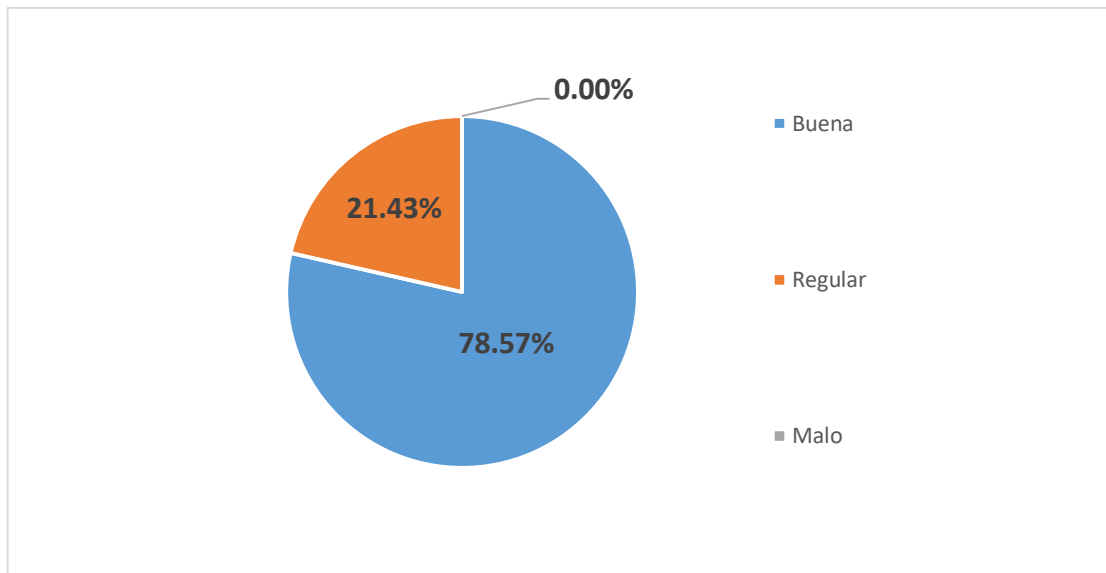


Figura 21. La atención que brinda a sus clientes

Fuente. Tabla 3

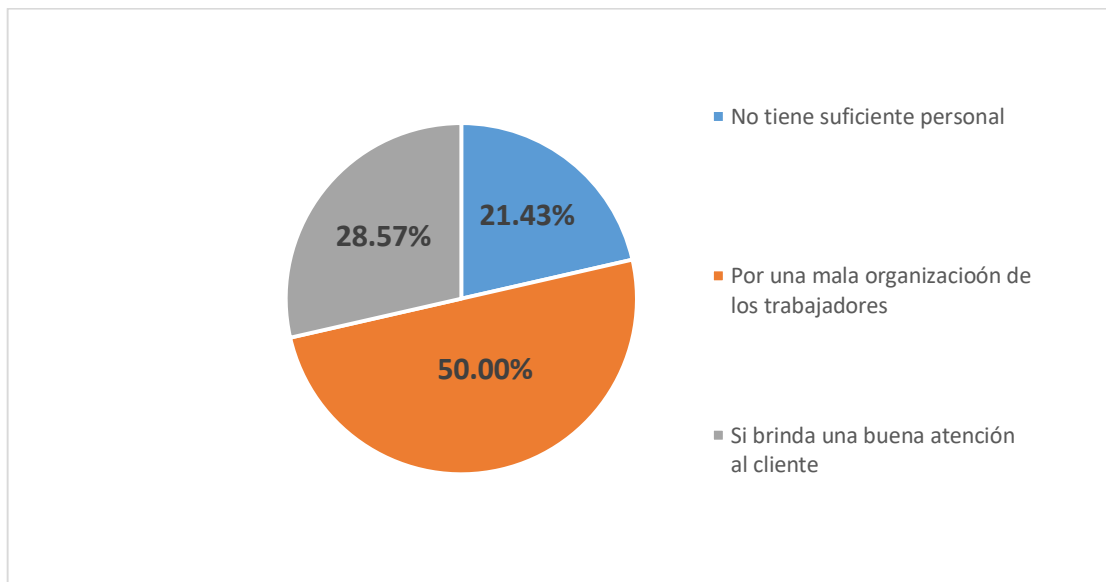


Figura 22. Razones de una mala atención

Fuente. Tabla 3

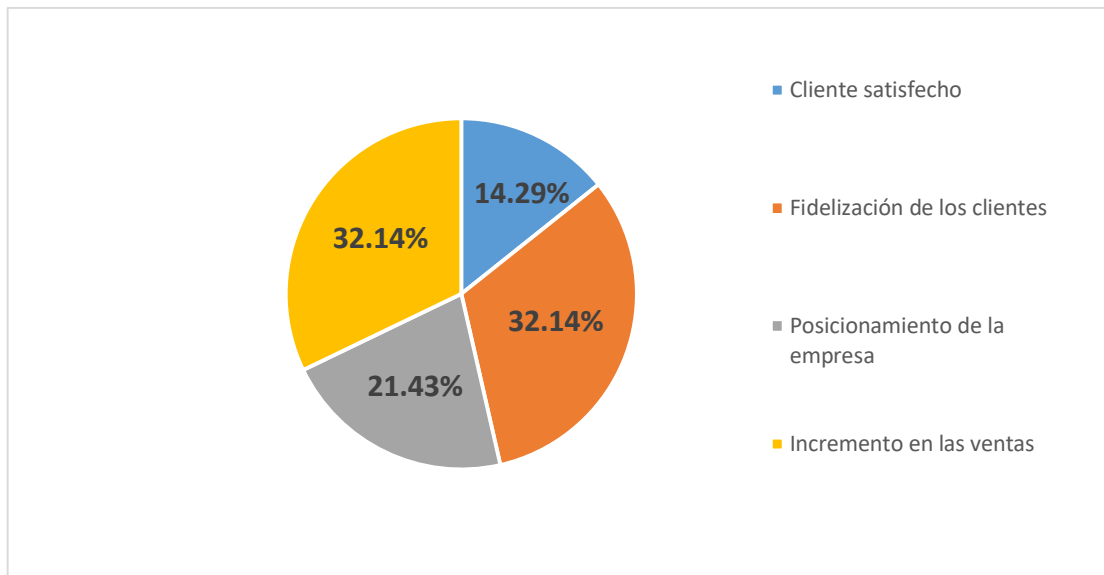


Figura 23. Resultados de una buena atención al cliente

Fuente. Tabla 3