



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA ATENCIÓN AL CLIENTE, PARA LA GESTIÓN DE LA
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTE.
CASO: POLLERÍA “EMANUEL”, EN EL DISTRITO DE
CALLERÍA PUCALLPA, 2020.**

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

AUTOR

**GARCIA FASABI, CARLOS ANDRES
ORCID: 0000-0002-6390-1549**

ASESOR

**CANCHARI QUISPE, ALICIA
ORCID: 0000-0001-6176-191X**

**PUCALLPA– PERÚ
2022**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Garcia Fasabi Carlos Andres

ORCID: 0000-0002-6390-1549

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Pucallpa, Perú.

ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

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

JURADO

Rosillo De Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000- 0002-8491-0751

FIRMA DEL JURADO EVALUADOR

Mino Asencio, María Isabel
Miembro

Salinas Gamboa, José German
Miembro

Rosillo De Purizaca, María del Carmen
Presidente

Canchari Quispe, Alicia
Asesora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y mis padres por brindarme la vida y salud, a la universidad por ser mi casa de estudio, a cada uno de los docentes y asesor, quienes me brindaron sus mejores enseñanzas y fueron ejemplo para lograr mis metas.

DEDICATORIA

A mi gran familia, por ser pieza fundamental de mi crecimiento personal, profesional y quienes son mi mayor motivación para cada paso firme y decidido en mi vida.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020. Tuvo como problema el siguiente: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020? Y como objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020, en la cual se utilizó una metodología de tipo cuantitativa, de diseño no experimental/ transversal/descriptivo, y de una población conformada por 10 trabajadores, justificando la investigación en un mejor manejo de mype y un mejor desempeño en el mercado, en la cual se aplicó un cuestionario estructurado por 22 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: Se toda la población encuestada se evidencia que el 70% de ellos conocen el termino gestión de calidad, por otro lado el 100% de los encuestados refieren al brindar una buena atención se logra tener clientes satisfechos, se concluye que al existir conocimientos de la gestión de la empresa se crea una relación directa entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente con una relación positiva entre ambas variables estudiadas.

Palabras claves: Atención al cliente, calidad, investigación.

ABSTRACT

The present research work entitled customer service, for quality management in micro and small companies in the service sector, restaurant sector. case: “Emanuel” chicken shop, in the district of Callería Pucallpa, 2020. It had the following problem: What are the characteristics of customer service, for quality management in micro and small companies in the service sector, sector case restaurant: chicken shop "Emanuel", in the district of Callería Pucallpa, 2020? And as a general objective: Determine the characteristics of customer service, for quality management in micro and small companies in the service sector, restaurant sector. case: “Emanuel” chicken shop, in the district of Callería Pucallpa, 2020, in which a quantitative methodology was used, with a non-experimental / cross-sectional / descriptive design, and a population made up of 10 workers, justifying the research in a better management of mype and better performance in the market, in which a questionnaire structured by 22 questions was applied, through the survey technique, obtaining the following results: The entire surveyed population shows that 70% of them They know the term quality management, on the other hand, 100% of those surveyed refer to providing good service, it is possible to have satisfied customers, it is concluded that when there is knowledge of the management of the company, a direct relationship is created between the quality of the service and customer satisfaction with a positive relationship between both variables studied.

Keywords: Customer service, quality, research.

CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido (índice).....	viii
7. Índice de gráficos, tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	5
III. Hipótesis.....	29
IV. Metodología.....	30
4.1 Diseño de investigación.....	30
4.2 Población y muestra.....	31
4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	32
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
4.5 Plan de análisis.....	34
4.6 Matriz de consistencia.....	35
4.7 Principios éticos.....	35
V. Resultados.....	37
5.1 Resultados.....	37
5.2 Análisis de resultados.....	59
VI. Conclusiones.....	62
Aspectos complementarios.....	64
Referencias bibliográficas.....	65
Anexos.....	69

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad del microempresario.....	37
Tabla 2. Género del empresario.....	38
Tabla 3. Nivel de instrucción.....	39
Tabla 4. Tiempo que desempeña en el cargo	40
Tabla 5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	41
Tabla 6. Número de trabajadores	42
Tabla 7. Objetivo de la creación de la empresa	43
Tabla 8. ¿Conoce el término atención al cliente?.....	44
Tabla 9. Cada que tiempo se le capacita en atención al cliente	45
Tabla 10. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?.....	46
Tabla 11. ¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para la gestión de calidad?.....	47
Tabla 12. ¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente?.....	48
Tabla 13. ¿De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa?.....	49
Tabla 14. ¿Qué estrategias utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente?.....	50
Tabla 15: ¿Qué ventajas tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente?.....	51
Tabla 16. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?.....	52
Tabla17. ¿Está aplicando una Gestión de calidad en su negocio?.....	53
Tabla 18. ¿Qué técnicas modernas de gestión empresarial usa en su empresa?.....	54
Tabla 19. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?.....	55

Tabla 20. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?.....	56
Tabla21. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?.....	57
Tabla 22. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?.....	58

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad del microempresario.....	37
Figura 2. Género del empresario.....	38
Figura 3. Nivel de instrucción.....	39
Figura 4. Tiempo que desempeña en el cargo	40
Figura 5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	41
Figura 6. Número de trabajadores	42
Figura 7. Objetivo de la creación de la empresa	43
Figura 8. ¿Conoce el término atención al cliente?.....	44
Figura 9. Cada que tiempo se le capacita en atención al cliente	45
Figura 10. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?.....	46
Figura 11. ¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para la gestión de calidad?.....	47
Figura 12. ¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente?.....	48
Figura 13. ¿De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa?.....	49
Figura 14. ¿Qué estrategias utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente?.....	50
Figura 15. ¿Qué ventajas tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente?.....	51
Figura 16. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?.....	52
Figura 17. ¿Está aplicando una Gestión de calidad en su negocio?.....	53
Figura 18. ¿Qué técnicas modernas de gestión empresarial usa en su empresa?.....	54
Figura 19. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?.....	55
Figura 20. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?.....	56

Figura 21. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?.....	57
Figura 22. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?.....	58

I. INTRODUCCIÓN

Albrecht (1990) en su libro “La revolución del servicio” define al cliente como la razón de existir de todas las micro y pequeñas empresas, entonces se entiende que el cliente paga para recibir un excelente producto y servicio por esta razón las mypes dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas. Desde hace años atrás empezaron a surgir nuevas teorías de administración, ya que al principio solo se buscaba producir y vender, gracias a la evolución de la ciencia se pudo maximizar la productividad en las mypes de esos tiempos hasta la actualidad, ya que surgieron nuevas teorías empezando a cuidar la relación de los empleados y las relaciones al interior de las fábricas para poder brindar un mejor servicio y atención a los clientes.

El mundo empresarial se fue ampliando más y más ya que los compradores exigían productos de acuerdo a sus necesidades y gustos, después de eso se comenzó a vivir la globalización ya que las mypes surgían en localidades donde solo había existido una y un único proveedor, gracias a ello fue emergiendo a figura de “el cliente”, como el individuo que decide donde compra y a quien comprar.

Tello (2017), refiere que el ministerio de producción, indica que la microempresa representa un 94,2% del empresariado nacional, mientras que las pequeñas empresas representan un 5,1% y la mediana empresa el 0,2%. Así mismo las empresas con menor ventas a 13 UIT representan el 70,3% del tejido empresarial formal, y por otra parte las empresas con mayores ventas a 2300 UIT representan el 0,6%. No obstante, la mayor parte de los de empresas que se forma en el Perú son las informales y por esa razón tiene errores que lo llevan a fracasar, en este caso el principal problema es que la empresa no da la atención adecuada o no llena las expectativas de los clientes.

En la actualidad las mypes son generadoras de empleos en el Perú, por ellos son muy importantes para la economía de cualquier país ya que las mypes reducen la pobreza

y brindar muchas oportunidades a nuevos trabajadores, pero por otra parte la myps ya sea formales o informales fracasan en su primer año de creación, esto se debe al problema de una mala administración o no aplican una buena atención que les permite fidelizar y cubrir todas las expectativas del cliente.

Según Peyón (2016), el ministerio de trabajo, menciona que las empresas brindan empleo a más del 80% de la población que esta económicamente activa y genera 45% de PBI, ayudando a la reducción de pobreza del Perú, generando ingresos a la población contribuyendo al ingreso nacional y al crecimiento económico.

En la actualidad la atención al cliente es un fenómeno que cada vez tiene un mayor impacto en la economía de nuestro país y en la economía moderna, por esta razón las mypes tratan de desarrollar estrategias para ser más efectiva la atracción y retención de sus clientes, aun que en muchas mypes la calidad de atención es mediocre. Por ello se llevó a cabo la investigación titulada: La atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020. Esta investigación tuvo como propósito estudiar atención al cliente y gestión de calidad en la pollería Emanuel, para poder abordar este tema de investigación y plantear soluciones se formuló la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020? Para dar respuesta al problema planteado se ha propuesto un objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020; asimismo, se tiene a los objetivos específicos: Describir las características del propietario de empresa del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería

“Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020. Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020. Determinar las características de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.

La presente investigación está basado a la línea de investigación con Resolución N° 1334-2019-CU-ULADECH Católica los Ángeles de Chimbote, cabe destacar que la línea de investigación para la escuela profesional de administración es gestión de calidad ya que dentro de ello se tiene como objetivo aplicar los procesos administrativos.

La metodología que se utilizó en esta investigación fue cuantitativa, presenta un nivel de investigación descriptiva con un diseño de investigación No experimental – Transversal a una población finita, las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020., con una muestra de 10 colaboradores, la técnica de investigación que se empleó es una encuesta y el instrumento de investigación fue por medio del cuestionario que consta de 22 preguntas.

La investigación tuvo como objetivo principal conocer el manejo de la calidad de atención al cliente en la pollería Emanuel, distrito de Callería, año 2020.

En el mercado actual de la Mype a investigar se llegó a observa que están en constante competencia para poder lograr una mayor participación en el mercado; donde se evidencia que la pollería Emanuel no han podido alcanzar un estándar adecuado para brindar una mejor atención al cliente, por ello la investigación tendrá un impacto importante en la comunidad empresarial de la pollería.

Se llegó a la conclusión que la pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020. Emplea correctamente la atención al cliente, con respecto a la gestión de calidad se obtuvo que la gran mayoría de colaboradores sostuvieron que el administrador demuestra capacidad para organizar y delegar las actividades de la empresa, así como existe una buena relación y comunicación dentro de la empresa y el ambiente es cómodo.

Con respecto a la cooperación, el mayor porcentaje de los trabajadores manifestaron que sienten que la empresa está aplicando una gestión de calidad eficiente, asimismo practican la empatía y promueven el trabajo en equipo. Lamentablemente con respecto a la implementación de nuevas ideas para la gestión de calidad los trabajadores muestran poca iniciativa, asimismo la mayoría de los trabajadores sostuvieron que la gestión de calidad y el buen trato a los clientes contribuye a mejorar la rentabilidad de la empresa.

II. REVISIÓN DE LETERATURA

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales:

Pincay (2020), en su tesis titulada *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. En la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, para optar el título de Maestría en Administración de Empresas Con Mención en Gerencia de la calidad y Productividad. Tuvo como objetivo general: Analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador, para la cual utilizó una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llegó a las siguientes conclusiones: Se concluye que las PYMES constituyen piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben ser acompañadas de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos (actitudes y conocimiento de los empleados); así como de prácticas propias de la empresa a favor de una gestión de calidad de servicio al cliente, siendo el modelo SERVQUAL uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial.

Avilés & Cedeño (2018), En su tesis titulada *Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante “La Finquita”*. En la universidad católica de Santiago de Guayaquil-Ecuador, para optar al título de Ingenieras en gestión empresarial internacional. Tuvo como objetivo general: Diseñar un modelo de Gestión de calidad de servicio al cliente mediante estrategias que permitan incrementar las ventas del restaurante “La Finquita” en la Ciudad de Guayaquil, para la cual utilizó una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llegó a las siguientes conclusiones: Se demostró en base a los resultados de las encuestas de servicio al cliente, que el restaurante “La Finquita” no posee de un reconocimiento general por parte de los comensales al

momento de identificar el nombre del local, también la falta de buenas relaciones entre los trabajadores y los gerentes en el tiempo de desarrollar las labores diarias.

López (2018), En su tesis titulada *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. En la universidad católica de Santiago de Guayaquil-Ecuador, para optar al título de Magíster en Administración de empresas. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llego a las siguientes conclusiones: Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos.

2.2.2. Antecedentes nacionales:

Villaseca (2019), En su tesis titulada *La gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente de las jugueterías del mercado de Bellavista, año 2017*. En la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú, para optar el título de Bachiller en ciencias administrativas. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las jugueterías del mercado de Bellavista -Sullana, año 2017, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llego a las siguientes conclusiones: Se pudo identificar que las características de la atención al cliente que aplican las jugueterías del mercado de Bellavista son las siguientes: Ofrecen un servicio

intangibles, el cual es perecedero, el cual atraviesa por un mejoramiento continuo, las ofertas que brindan cumplen regularmente con las normas de salud y finalmente brindan una correcta información sobre el servicio y producto brindado.

Cano (2017), En su tesis titulada *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “la rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016*. En la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú, para optar el título de maestría en administración. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llego a las siguientes conclusiones: Las características en cuanto a la gestión de calidad de la Atención a los clientes del restaurante “La Rinconada” se concluye que la mayoría está totalmente de acuerdo con la aplicación de principios en un 80%, uso de procesos para atender los pedidos con un 63%, brindar información con 51% y servicios post venta con un 51%.

Martínez (2016), En su tesis titulada *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016*. En la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú, para optar al título académico de Maestro en Administración. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación que existe entre calidad del servicio y satisfacción del cliente, desde la perspectiva de sus expectativas y percepciones, en las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes de comida marina en el distrito de Chimbote, 2016, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llego a las siguientes conclusiones: Existe una relación directa entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente con coeficiente de correlación positiva de ambas

variables. Existe relación directa entre la calidad de servicio en las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y satisfacción del cliente.

2.2.3. Antecedentes locales:

Gaviria (2018), En su tesis titulada *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017.*

En la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú. Para optar el título de licenciado en administrador. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha año 2017, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llego a las siguientes conclusiones: Los microempresarios tienen poco interés en practicar una gestión de calidad, por tal motivo la gestión carece de aspectos técnicos. Existe una planificación del negocio de corto plazo, carecen de plan de negocio. No se aprovecha la ventaja de conformar un clúster en la zona turística de Yarinacocha con los negocios del mismo rubro.

Ojanama (2018), En su tesis titulada *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las Mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytia, región Ucayali, año 2018.* En la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú. Para optar el título licenciada en administración. Tuvo como objetivo general: Determinar si las Mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytia, región de Ucayali, año 2018 aplican gestión de calidad a expectativas del cliente, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llego a las siguientes conclusiones: se puede observar que tienen conocimiento sobre técnicas de gestión empresarial, utilizando

documentos de gestión como lo es el plan de trabajo, aprecian buenos resultados al utilizar un sistema de gestión de calidad, definen muy bien su estructura organizativa, considerando que es muy importante poner en práctica la ética y valores en la organización, exhibiendo y cumpliendo con cabalidad la misión y visión, enfocándose en lo que creen fundamental que son mayores ventas, dejando de lado muchas veces la satisfacción de los usuarios.

Vela (2018), En su tesis titulada *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurant, distrito de Callería, año 2018*. En la universidad católica los ángeles de Chimbote-Perú. Para optar el título licenciada en administración. Tuvo como objetivo general: Determinar el nivel de gestión de calidad alcanzado y aplicación de estrategias de atención al cliente, en las Mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, distrito de Callería, año 2018, para la cual utilizo una metodología: tipo mixta, técnicas: entrevistas y encuestas, llego a las siguientes conclusiones: Existe un interés en la práctica de la mejora continua en sus operaciones y brindar un buen servicio al cliente (70,6%). Sin embargo, el conocimiento de gestión de calidad es incipiente. El uso de indicadores de monitoreo de la gestión es empírico. El 70,6% de las mypes indica capacitar a su personal antes de tener contacto con el cliente, porque desconocen el trato a los clientes.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.2. Atención al cliente

Fernández, y Moto (2016), mencionan que la atención al cliente es una actividad o servicio que no está principalmente vinculada a un producto, sugiriendo que no es un intercambio que se pueda percibir de cierta manera, a pesar de que es una actividad recíproca donde su objetivo principal es mejorar las relaciones entre usuarios y el personal encargado de facilitar el servicio.

Para Godoy (2011), la atención al cliente es una de las actividades que desarrolla por las MYPES con la orientación a satisfacer necesidades con los productos o servicios que ofrecen. Siendo el cliente el principal protagonista y el elemento más importante en el mercado ya que depende de él, prácticamente si la MYPE permanezca en el mercado. Por otro lado, también Godoy, J explica que en las teorías modernas se puede para tener éxito en la atención al cliente, existen varios elementos que la MYPE debe tener muy en cuenta, los cuales son; “el liderazgo, eficiencia en sus operaciones, capital humano, cultura organizacional”, este último punto mencionado debe estar muy bien definido ya que con ello los integrantes de la MYPE tengan claros la misión y visión de la empresa.

Por otro lado, para Betancourt (2010) “el Enfoque Sistemático de Empresas (ESE), es el modelo que nos permite analizar el posicionamiento de una empresa en un determinado entorno y establecer las bases para la elaboración de su plan estratégico. Adicionalmente sirve para comprender el papel de los procesos y del capital humano en la eficacia, eficiencia y efectividad de la misma, y la importancia de la cultura organizacional en el funcionamiento de la empresa. Se refiere que los aspectos más importantes para lograr competitividad en el mercado para captar mejor a los clientes, se basa en identificar las fallas en el sistema de atención al cliente, mejora continua de los procesos y controlar su ejecución de la manera más eficiente posible, así poder evaluar la

capacidad de su capital humano. Llevando un plan de estratégico de capital humano bien diseñado asegura un resultado excelente en la captación de clientes.”

2.2.2.1 Los diez mandamientos de la atención al cliente:

1. El cliente es el núcleo de toda empresa, a quien se le debe tener presente en todo momento.
2. Nada es imposible, es decir el cliente a veces solicita cosas casi imposibles, pero si está al alcance de la empresa, y con un poco de esfuerzo se puede lograrlo.
3. Cumplir todo lo que se propone, el cliente debe sentirse en confianza gracias a la información que se le da al respecto de los productos o servicios logrando que el capte y entienda toda la información.
4. Solo hay una manera de satisfacer al cliente, es decir el cliente debe sentirse satisfecho al recibir más de lo esperado con la atención que se le brinda, por lo tanto, las empresas se deben centrar toda su atención en los clientes para así atender sus necesidades y deseos.
5. Para el cliente la empresa marca la diferencia, es decir el personal encargado que tiene contacto directo con todos los clientes tiene un gran compromiso con ellos, por lo tanto, el personal encargado de la atención debe brindar una excelente atención ya que depende de ellos que el cliente regrese o que jamás regrese.
6. Falla en el proceso de la entrega del producto o servicio puede terminar en perjudicar en la fecha de la entrega y en la calidad del producto o servicio.
7. Tener insatisfecho al personal que tiene contacto directo con los clientes, genera que los clientes estén insatisfechos, para evitar eso la atención al cliente debe ir de la mano de las estrategias de marketing.

8. El cliente es la persona que califica el servicio que se le brido, con ellos el cliente saca sus conclusiones para ver si acude al otra vez a la empresa, o ya deja de ser un cliente en ella.
9. Por más bueno que sea el servicio, siempre se puede mejorar más, por lo tanto, se puede plantear nuevos objetivos.
10. El último punto, se basa en que todo el personal de la empresa está comprometido para la satisfacción de la empresa, es decir todos aportan para lograr una excelente atención cliente.

2.2.2.2. Canales de atención al cliente

Feijo & Caballero (2012), refiere que en la actualidad existes diversos canales de atención al cliente los cuales están establecidos para manejar las quejas, reclamos, sugerencias, etc.

En general cuando hablamos de atención al cliente, se puede hacer referencia a cuatro tipos básico de canales.

1. Personal: Implica un coste elevado, (salarios de las personas que atienden, sobre todo) pero facilitan en establecimiento de relaciones más duraderas con los clientes.
2. Telefónico: Supone un costo inferior al personal y permite llevar acabo un tratamiento homogéneo de las relaciones con los clientes.
3. Impreso: Este canal es útil cuando el cliente tiene un reclamo, sugerencias acerca de la atención que se le brido.
4. Electrónico: Este canal es cada vez más frecuente en la atención del cliente, es decir es más económico y brinda una mejor atención ya que se puede enviar evaluaciones del cliente acerca de la atención.

2.2.2.3 Principios de la atención al cliente:

En el sistema de la atención al cliente, existen una serie de principios sobre los que se construyen cualquier sistema de relación con el cliente:

En la persona más importante para la organización.

No depende de nuestra empresa, es nuestra empresa la que depende del cliente.

El cliente jamás interrumpe el trabajo de la empresa, ya que la empresa existe y se forma por la existencia de los clientes.

El cliente no es alguien no es alguien con que se puede discutir ni mucho menos se le puede poner en evidencia.

El cliente acude a la empresa para satisfacer sus necesidades, lo cual la empresa debe proporcionar que el proceso de atención sea placentero.

El cliente no es un número, por lo contrario, el cliente es una persona que tiene emociones y sentimientos que tenemos que respetar.

2.2.2.4 Calidad en los servicios de atención al cliente

Vega, Casielles & Martín (2015), refiere que la calidad de los servicios en la actualidad a cambiando mucho, quiere decir, que la forma en que tratas al cliente ya sea de una manera cordial y amable, regresara por tus servicios haciendo que el personal y el cliente tenga un lazo de fidelidad. Hoy en día es simple ir a un restaurante y consumir un plato de comida ya que para el cliente es algo desconocido, de tal forma que ya no se construye una garantía de éxito en el mercado, la clave reside ahora, en disponer de un trato cordial, amable, personalizarlo de acuerdo al cliente y disponer de un buen acceso al establecimiento.

2.2.2.5 Satisfacción al cliente

Thompson (2010), expresa que la relación que debe haber entre el cliente y el grado de satisfacción tiene un desempeño de un buen servicio o del producto ofrecido, de esa manera lograr que el cliente entre en confianza creando un lazo de seguridad y a su vez dar con un resultado favorable.

La satisfacción de cliente trae con ella tres beneficios, las cuales expreso de la siempre manera:

Primer Beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a Comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo Beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer Beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

Todo esto va de acuerdo a la satisfacción ya que se alcanzó la expectativa creada por el cliente, ofrecido por un bien tanto tangible como intangible, gracias a eso la empresa llega a tener competitividad en el mercado, por ello el cliente que acudió por los servicios de la empresa volverá a acudir a ella, haciendo así frecuente en la organización, con este proceso cualquier cliente que acuda al negocio podrá encontrar con una satisfacción de acuerdo a sus necesidades ya que el servicio se acomodara, alojando al cliente y satisfaciendo, crenado así más competitividad para las demás empresas.

2.2.3. Gestión de la Calidad

Según Asensi, Soler y Bernabeu (2017), la gestión de la calidad es el proceso de cambio que ha sufrido el concepto de calidad y sus implicaciones. Para entender la gestión de la calidad, previamente, debemos hablar de la calidad como control de calidad y del proceso de evolución a gestión de la calidad total.

La calidad solo se refiere al control final de los productos, separándolos en buenos o malos. A continuación, se pasa a la etapa de control de calidad del proceso en la que el lema principal es que “la calidad no se controla, sino que se fabrica”. Por lo tanto, el control de calidad se inició con la idea de la inspección, y, para garantizar esta calidad se precisa de la participación de todos los miembros de la organización.

Por otro lado, González (2000). gestión de calidad es el conjunto de procesos en función general de la dirección que propone la política de la calidad, los objetivos y la responsabilidad de ellos es llevar a cabo a través de la planificación, control, aseguramiento y el mejoramiento de la calidad.

2.2.3.1. Importancia de la gestión de calidad

Boisier (2011), la importancia de la gestión de calidad dentro de una empresa es muy importante ya que con ello se produce satisfacción a sus clientes y trabajadores en general. Ayudando a optimizar el proceso de gestión de calidad apoyado de la mejora continua, que no solo permitirá perfeccionar el proceso, si no también, ayudara a ser más fácil la implementación de ello.

2.2.3.2. Requisitos para lograr la calidad

Ariansen (2008), nos indica que para alcanzar el éxito se debe de contar con 10 requisitos primordiales:

Talento: Para es necesario tener un personal de atención con talento ya que ellos son los que tiene contacto directo con los clientes, por lo tanto, ellos deben realizar su trabajo basado en su conocimientos e inteligencia por su experiencia laboral.

Experiencia: Se basa en la obtención de experiencia, basada en la trayectoria que el empleado adquiere como un conocimiento específico, de esa manera podrá responder en situaciones que se presentan en el ejercicio de sus labores.

Valores y principios: son las bases que sirven como guía a los dueños y sus trabajadores de la misma empresa.

Exactitud del propósito: Este punto en concreto se refiere a que los empelados deben tener claro los objetivos de la empresa, es decir ya que ellos tienen contacto directo con los clientes, ellos deben asegurar que ellos se fidelicen con el producto o servicio otorgado para garantizar la posición de la empresa.

Respaldo financiero: Gracias a respaldó financiero la empresa puede salir de problemas o de obstáculos sin perder tiempo y dinero por falta de este recurso.

Fluyo de información adecuada y oportuna: Es la información que maneja la empresa tanto como interna y externa para obtener un buen maneje de los procesos de gestión.

Conocimiento del mercado nacional e internacional: Se debe tener claro a que se va a enfrentar la empresa, es decir saber los obstáculos que hay en el mercado y así poder platear estrategias de gestión que la diferencien de las demás empresas y así asegurar su posición en el mercado.

Estudio de mercado específico: Se debe plantear estrategias de mercado, estudiar los puntos y las necesidades de todos los clientes para poder llegar a una satisfacción eficiente, que ubicará al producto o servicio como favorito entre otros.

Proyecto de factibilidad: La empresa antes de lanzar el producto o servicio a las manos de los clientes debe establecer un proyecto analítico, para ver si el producto garantiza la satisfacción por la cual se está lanzando al mercado.

Políticas: Las normas y principios que debe seguir al pie de la letra en trabajador ya que ahí está plasmado las funciones que cada uno tiene en la empresa.

2.2.3.3. Ventajas y beneficios de un buen sistema de gestión de la calidad

Chamorro (2016), un buen sistema de gestión de calidad beneficia mucho a la empresa ya que mejora el rendimiento, mejorando la posición competitiva de la empresa interna y externa. Los principales beneficios son los siguientes:

- Mejora la organización de la compañía: El sistema de gestión de la calidad nos ayuda a cumplir de manera más adecuada la normativa relacionada con nuestros productos y servicios.
- Mejora la capacitación de los trabajadores de la empresa: Los sistemas de gestión de la calidad tienen muy en cuenta los requisitos y expectativas del cliente, por lo que su implantación incide positivamente en su satisfacción y, por tanto, en su fidelización.
- Mejorar la imagen de nuestros productos y servicios y, a medio plazo, la de nuestra organización: Incrementar, al fin y al cabo, la posición competitiva de la empresa, sus posibilidades de sostenibilidad en el tiempo y su liderazgo.

2.2.3.4. Principios de la gestión de la calidad

Los principios de la gestión de calidad los son conjunto de procesos, convicción amplia e importantes para poder guiar y llevar una dirección de la mype, dirigiendo a la

mejora continua a largo plazo, centrándose en las necesidades de sus clientes y público en general.

(Velasco, 2005), refiere 7 principios de la gestión de la calidad:

Principios de enfoque al cliente:

“Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras del cliente, satisfacer los requisitos del cliente y esforzarse en exceder las expectativas del cliente”. Nos da a entender, que gracias a los productos y servicios que los clientes consumen, la mpype tiene estabilidad en económica y permanencia en el mercado.

Principios de participación de las personas:

“Las personas, a todos los niveles, son la esencia de una organización y su total, compromiso posibilita que sus habilidades se utilicen en beneficio de la organización”. Como en lo antes explicado los trabajadores al realizar deben sentirse a gusto, crear un clima laboral bueno en donde labora, con ello realizado el rendimiento y desenvolvimiento que el trabajador realice será mayor y más productivo que beneficiará a la empresa.

Principios de enfoque basado en procesos:

“Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso”. Básicamente este principio se base en cumplir con las metas y objetivos definidos por la empresa, razón por la cual se aplica procesos en su sistema de gestión.

Principios de enfoque de un sistema para la gestión:

“Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados en la manera como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de

sus objetivos”. Es la manera eficiente de cumplir con los procesos que se desarrollan en la mype, gracias a ellos se podrá tener una realización eficiente de las actividades.

Principio de mejora continua:

“La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta”. La mejora continua se alcanza con el estudio de las desventajas y debilidades de los trabajadores para ellos el administrador o persona encargada de su supervisión debe tener una capacitación constante para convertir esas debilidades en fortalezas.

Principios de relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:

“Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor”. El proveedor siendo el punto clave en el funcionamiento de la empresa, se debe tener con él una buena relación ya que será en beneficio de la mype.

2.2.3.5. Técnicas de la Gestión de la Calidad

Las cinco “S”:

Bonilla, Díaz, Kleeberg, & Noriega (2010), refiere que Massaki, Mai, constituye a las cinco “S” como una de las estrategias que da soporte al proceso de mejora continua (Kaizen) utilizadas por la manufactura esbelta, su origen es paralelo al movimiento de la calidad total ocurrida en Japón, en la década de 1950, y su principal objetivo es lograr cambios en la actitud del empleado para con la administración de su trabajo. Los principales valores que se desean reforzar son:

Seiri (clasificar): Diferenciar entre elementos necesarios e innecesarios, en el ambiente de trabajo.

Seiton (organizar): Disponer en forma ordenada los elementos clasificados como necesarios.

Seiso (limpiar): Desarrollar un sentido de limpieza permanente en el lugar de trabajo.

Seiketsu (normalizar): Estandarizar las prácticas para mantener el orden y limpieza, y practicar continuamente los principios anteriores.

Shitsuke (perseverar): Vencer la resistencia al cambio y hacer un hábito de las buenas prácticas.

Six Sigma:

El Six Sigma es una filosofía de mejoramiento que parte de la voz del cliente para optimizar los procesos basándose en dos pilares fundamentales: el elemento humano y las herramientas estadísticas; a diferencia de la mejora continua Kaizen, la técnica Six Sigma mejora los indicadores de resultados al menos en 50%.

2.2.3.6. Control de la Calidad

Según Garcia (2017), es el proceso que se desarrolla con el propósito de detectar posibles fallos o errores en las actividades de la mype. Este procedimiento resulta muy habitual en el ámbito de las mypes para garantizar que los productos y servicios que proporcionan a los clientes cumplan con una serie de parámetros. Su principal misión es garantizar que los productos cumplan con unas mínimas condiciones de calidad. Existe sobre todo en las mypes que se dedican a brindar servicios.

Beneficios de control de calidad:

Muestra la importancia y la interrelación de los diferentes procesos de la compañía.

Se hace un seguimiento más en profundidad de las operaciones.

Posibilidad de detectar los problemas con antelación y corregirlos así con más facilidad.

2.2.3.7. Principios de la calidad de Juran

La calidad incluye ciertos elementos que conviene definir:

Producto:

Salida de cualquier proceso el cual consiste en bienes y servicios, los primeros que es el programa de instrucciones para ordenadores o información general (planes, advertencias).

Cliente:

Cualquier persona que recibe el producto o proceso o es afectado por él. Los clientes externos son afectados por el producto, pero no son miembros de la empresa que los produce; los clientes internos son afectados por el producto y son miembros de la empresa que los produce.

Satisfacción del producto:

Es el resultado que se obtiene cuando las características del producto responden a las necesidades del cliente, generalmente, es sinónimo de satisfacción del cliente.

Deficiencia del producto:

Es un fallo que tiene como consecuencia la insatisfacción con el producto; el mayor impacto lo ejercen sobre los costos, al rehacer el trabajo previo y responder a las reclamaciones del cliente.

En este mismo orden, Juran desarrolló un modelo para la administración de la calidad que fue llamada la Trilogía de Juran: Planeación, Control, Mejora.

Planeación de la calidad:

Está es la actividad de desarrollo de los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes y que implica los siguientes pasos: Determinar quiénes son los clientes, Determinar las necesidades de los clientes, Desarrollar las características del producto que responden a las necesidades de los clientes, Desarrollar

los procesos que sean capaces de producir aquellas características del producto, Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.

Control de calidad:

Este proceso consta de los siguientes pasos: Evaluar el comportamiento real de la calidad, Comparar el comportamiento real con los objetivos de calidad, Actuar sobre diferencias.

Mejora de la calidad:

Es el medio de elevar la calidad a niveles, sin precedentes, la metodología consta de los siguientes pasos Universales: Establecer la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente, Identificar las necesidades concretas para mejorar los proyectos de mejora, Establecer un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin, Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesaria para que los equipos diagnostiquen las causas, fomenten el establecimiento de un remedio y establezcan los controles para mantenerlos beneficios. (Joseph, 1967)

2.2.3.8. Iso 9001: Calidad.

Según Yáñez (2008), la ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad (SGC). Esta acreditación demuestra que la organización está reconocida por más de 640.000 empresas en todo el mundo. (Yáñez, 2008)

Básicamente se deben seguir en 6 pasos:

Información

Es necesario tener conocimiento de la norma ISO 9000 e ISO 9001 para implementarla en su empresa.

Planificación

Cada proyecto comienza con un buen plan. Compare su sistema de gestión de calidad (SGC) actual con los requerimientos de la norma 9001. Haga un perfil de su plan y prepare un programa de implementación.

Desarrollo

La norma 9001 requiere que se documente su SGC. Es necesario desarrollar un manual de calidad, así como los procedimientos requeridos para su sistema.

Capacitación

Todos los empleados deberán estar capacitados para trabajar y cumplir con las normas ISO 9001 y según los requerimientos del sistema implantado.

Auditorías internas

Es necesario demostrar que el sistema es eficaz. Deberá compararse SGC con los requerimientos de la norma ISO 9001 mediante auditorías internas. Se debe formar y capacitar a un equipo auditor interno, para esta etapa.

Auditoría de registro

Deberá contratar a un auditor de registro que lleve a cabo una auditoría externa. Una vez realizada, el registro estará completo. Si desea y le es beneficioso, puede solicitar la certificación de su SGC, a una empresa certificadora.

2.2.3.9. Calidad total

Según ISOTools (2015), la Calidad Total o Excelencia puede definirse como una estrategia de gestión de la organización que tiene como objetivo satisfacer de una manera equilibrada las necesidades y expectativas de todos sus grupos de interés, normalmente empleados, accionistas y la sociedad en general.

El concepto de calidad se ha ido completando y ampliando con la aportación de muchos expertos, entre los que destaca por su gran impacto Walter Shewhart. La principal aportación de este extraordinario físico, ingeniero y estadístico estadounidense fue el ciclo de mejora PDCA, por sus siglas en inglés: Plan= Planificar, Do= Hacer, Check= Revisar y Adjust= Ajustar.

2.2.3.10. Principios fundamentales de la Calidad Total

la Calidad Total es el compendio de las mejores prácticas en el ámbito de la gestión de organizaciones. A estas mejores prácticas se les suele denominar los 8 principios de la Calidad Total:

Orientación hacia los resultados.

Orientación al cliente.

Liderazgo y coherencia en los objetivos.

Gestión por procesos y hechos.

Desarrollo e implicación de las personas.

Aprendizaje, innovación y mejora continuos.

Desarrollo de alianzas.

Responsabilidad social.

2.2.3.11. Dimensiones de la calidad total.

Rendimiento:

El rendimiento se refiere a las características operativas principales de un producto. Esta dimensión de calidad implica atributos importantes; las marcas generalmente se pueden clasificar objetivamente en aspectos individuales del rendimiento.

Características:

En la segunda dimensión se hace referencia a las características adicionales que aumentan el atractivo del producto o servicio para el cliente.

Confiabilidad:

La confiabilidad es la probabilidad de que un producto no falle dentro de un período de tiempo específico.

Conformidad:

La conformidad es la precisión con la que el producto o servicio cumple con los estándares especificados.

Durabilidad:

La durabilidad mide la duración de la vida de un producto.

Facilidad de servicio:

La capacidad de servicio es la velocidad con la que el producto puede volver a ponerse en servicio (repararse) cuando se descompone, así como la competencia y el comportamiento del técnico.

Estética:

La estética es la dimensión subjetiva que indica el tipo de respuesta que un usuario tiene a un producto.

Calidad percibida:

Calidad percibida es la calidad atribuida a un bien o servicio basado en medidas indirectas. (Sanguesa, 2008)

2.2.4. Micro y Pequeñas Empresas

La micro y pequeña empresa es, de acuerdo con su definición legal, una organización comercial que consiste en una persona natural o jurídica y que su objetivo principal es realizar actividades para la extracción, conversión, fabricación, comercialización de bienes o la prestación de servicios. (Mares, 2013)

2.2.4.1 Definiciones de las micro y pequeñas empresas

Así mismo Barraza (2006), según el art. 2 de la ley 28015 La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas.

2.2.4.2. Características de las Mypes.

Microempresas: De 1 a 10 empleados incluidos y una facturación anual de hasta Cantidad máxima de 150 unidades de control (ITU).

Pequeñas empresas: De 10 a 100 empleados incluidos y facturación anual hasta un máximo de 1700 unidades impositivas fiscales (ITU).

2.2.3.3 Importancia de las Mypes.

Barraza (2006), las micro y pequeñas empresas en Perú son componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las mypes brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del Producto Bruto Interno (PBI). Es indudable que las mypes abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre los más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización.

2.3. Marco conceptual.

Iso 9001.

Navarro (2014) La norma ISO 9001, o ISO 9001 para abreviar, es una norma internacional para los sistemas de gestión de la calidad. Se le atribuye con precisión a todas las empresas públicas o privadas que poseen efectivamente todos los elementos necesarios para que la gestión de la calidad satisfaga al 100% la satisfacción del cliente.

Necesidades y expectativas.

Por ellos las normas ISO 9001, fue creada con el fin de supervisar, teniendo en cuenta las normal escrita en ellas, que tiene un vínculo directo con el producto, no solamente se encarga de determinar los estándares en el proceso de producción si no también se encarga de velar y proteger el producto/servicio creado por la mype.

Micro y pequeñas empresas.

La Micro y Pequeña Empresa, en su definición legal consiste, una organización empresarial constituida por una persona natural o jurídica, que tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Puede ser conducida por su propietario como una persona

individual o constituirse como una persona jurídica, adoptando la forma societaria que voluntariamente desee.

Cientes.

Según Perez &, Gradey (2009), En el marco economía el concepto cliente es la persona natural o Jurica que accede a un producto y servicio mediante un previo pago. Existiendo el tipo de cliente constante en la organización, que realizan el acto del consumo de manera constante ya que se creó un lazo de confianza con el restaurante gracias a la buen servició que recibió en ella.

Cientes internos.

Nos referimos, a nuestro equipo de trabajo o colaboradores del restaurante, ya que ellos influyen mucho en la realización de producto o servicio y de cómo este llega a satisfacer al cliente.

Cientes externos.

Nos referimos, a las personas por la cual el restaurante se establece ya que ellos son los que utilizan el producto y servicio que produce la organización.

III. HIPÓTESIS

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Indica que “No, no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio” (p.104)

El presente trabajo de investigación no planteo hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

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

Fue no experimental porque se realizó sin manipular la variable en estudio atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad, se observó tal cual se presenta en la realidad sin sufrir modificaciones.

Según Rivellon (2017), Llamamos investigación transversal a la medición de una sola vez a las variables sin influir en ella, para lograr tener muestras independientes de cada variable estudiada.

Fue transversal porque el estudio propuesto de mejora de la atención al cliente como factor relevante en gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020. Se realizó en un tiempo y espacio determinado, teniendo un inicio y un final, específicamente en el año 2020.

Según Rivellon (2017) Llamamos investigación no experimental al estudio de la variable sin manipularla, es decir, observarla, tal y como es para luego hacer un análisis sacando nuestras propias conclusiones.

Fue descriptivo porque se describió las principales características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad.

4.2.Población y la muestra

La población estuvo conformada por él propietario y 9 colaboradores de la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020, que hace un total de 10 personas encuestadas.

Según Dueñas (2015) Llamamos población y muestra al lugar y a las variables a estudiar, sin influir en ellas.

La muestra fue no probabilística ya que estuvo compuesta por él propietario y 9 colaboradores de la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020, que hace un total de 10 personas encuestadas.

Según González (2015) la muestra es un conjunto de la población. Para que la muestra sirva para extraer conclusiones sobre la población deber ser específica, lo que se alcanza seleccionando sus elementos al azar, lo que da parte a una muestra aleatoria.

4.3. Definición y operacionalización de variables.

Variables	Definición	Dimensiones	Definición	Indicadores	Escala
Atención al cliente	Fernández, y Moto (2016), mencionan que la atención al cliente es una actividad o servicio que no está principalmente vinculada a un producto, sugiriendo que no es un intercambio que se pueda percibir de cierta manera, a pesar de que es una actividad recíproca donde su objetivo principal es mejorar las relaciones las relaciones entre usuarios y el personal encargado de facilitar el servicio.	Satisfacción	Thompson (2010). “Expresa que la relación que debe haber entre el cliente y el grado de satisfacción tiene un desempeño de un buen servicio o del producto ofrecido, de esa manera lograr que el cliente entre en confianza creando un lazo de seguridad y a su vez dar con un resultado favorable.	Expectativa Conformidad Resultado	Likert
		Servicio de atención	Según Raffino (2018) “Se entiende por servicio al cliente o servicio de atención al cliente a los métodos que emplea una empresa para ponerse en contacto con su clientela, para garantizar entre otras cosas que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores y sea empleado de manera correcta.”	Estrategia Fidelidad Valor agregado	

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	ESCALA
Gestión de calidad	Según Asensi, Soler & Bernabeu (2017), La gestión de la calidad es el proceso de cambio que ha sufrido el concepto de calidad y sus implicaciones. Para entender la gestión de la calidad, previamente, debemos hablar de la calidad como control de calidad y del proceso de evolución a gestión de la calidad total.	Enfoque al cliente	Según la nueva ISO9001 versión 2015 “Comunica y permite que todo el personal entienda las necesidades y expectativas de los clientes. Es importante que cada integrante de la empresa comprenda que dependiendo de cómo realice su trabajo la satisfacción de los clientes se verá afectada positiva o negativamente.”	<p>Conocimiento del cliente</p> <hr/> <p>Satisfacción del cliente</p> <hr/> <p>Fidelización del cliente</p>	Likert
		Liderazgo	Según Pérez & Gardey (2008), “El liderazgo es la función que ocupa una persona que se distingue del resto y es capaz de tomar decisiones acertadas para el grupo, equipo u organización que preceda, inspirando al resto de los que participan de ese grupo a alcanzar una meta común.”	<p>Motivación</p> <hr/> <p>Toma de decisiones</p> <hr/> <p>Orientación al logro</p>	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica

La técnica que se utilizó fue la encuesta

Para las dos variables se utilizó la técnica de las encuestas con el propósito de recolectar datos por medio de dicha encuesta diseñado con las referencias de los indicadores por cada objetivo planteado.

Instrumento

El instrumento utilizado fue el cuestionario

El cuestionario es un contenido de preguntas cerradas, con el enfoque de dicotómicas, de forma que dicho cuestionario no contenga dificultades al momento de participar en el desarrollo de el mismo.

4.5 Plan de análisis

Después de la aplicación del cuestionario a través de la técnica de la encuesta se utilizó el programa Excel para el procesamiento de la información y elaboración de las tablas y figuras estadísticas, así mismo, se utilizó el programa Word para la redacción de la investigación, además se utilizó el programa PDF para la presentación final de la investigación, también se utilizó el programa Power Point para la elaboración de la ponencia de la investigación y finalmente se utilizó el programa antiplagio Turnitin para medir el porcentaje de similitud de la investigación con respecto a otros trabajos,

A partir de los datos obtenidos se creará una base de datos temporal en el programa EXCELL y MICROSOFT WORD DE WINDOWS 10.

4.6. Matriz de consistencia.

Enunciado del problema	Objetivos	VARIABLES	Hipótesis	Metodología	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020?	<p>Objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.</p>	Gestión de calidad	<p>El presente trabajo de investigación no plantea hipótesis</p> <p>Hernández R, Fernández C y Baptista M. (2014). Indica que “No, no en todas las investigaciones cuantitativas se plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio” (p.104)</p>	<p>Diseño de la investigación El diseño de la investigación fue Transversal-No experimental.</p>	<p>La población y muestra estuvo conformada por él propietario y 9 colaboradores de la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020, que hace un total de 10 personas encuestadas.</p>	<p>Técnica: Cuestionario</p>
	<p>Objetivos específicos: Describir las características del propietario de empresa del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.</p>	Atención al Cliente				
	<p>Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.</p>					
	<p>Determinar las características de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.</p>					<p>Instrumento: Encuesta</p>

4.7. Principios éticos

Según Uladech (2019). Los principios éticos aplicados al presente trabajo de investigación, están en concordancia al Código de ética para la Investigación en su versión 002, aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0973-2019-CU-ULADECH Católica de fecha 16-08-2019.

Protección a las personas: En la presente investigación se protegieron los datos de los participantes ya que fueron confidenciales respetando su identidad y privacidad, se trabajó con el consentimiento informado mediante el cual se les indicaba que la participación era totalmente voluntaria.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Se protegió y cuidó al medio ambiente mediante la reutilización de hojas ya que se utilizaron ambas caras para imprimir un borrador de la investigación final y para otros apuntes.

Beneficencia no maleficencia: Se aseguró el bienestar de los colaboradores por la información obtenida respetando sus ideas y opiniones sin juzgarlos, ni perjudicarlos evitando así causar algún tipo de inconvenientes.

Justicia: A los participantes se les presentó el mismo cuestionario, tratándolos a todos por igual y de manera justa, se les informó la finalidad de la investigación de tal forma que no se les quitó el mérito.

Integridad científica en la presente investigación se respetaron los principios y valores ya que la información obtenida de cada participante fue utilizada con responsabilidad, los datos obtenidos se presentaron en las diferentes partes de la investigación sin sufrir ningún tipo de manipulación y no se han fabricado datos.

Libre participación y derecho a estar informado: antes de la firma del consentimiento informado se les comunicó a los colaboradores que la información que brindan es totalmente voluntaria y los fines de la investigación.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1 Describir las características del propietario de empresa del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.

Tabla 1.

Edad del propietario de la mype

Respuestas	<i>f</i>	%
18 a 28 años	0	0
29 a 39 años	0	0
40 a 49 años	10	100
más de 50 años	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 1

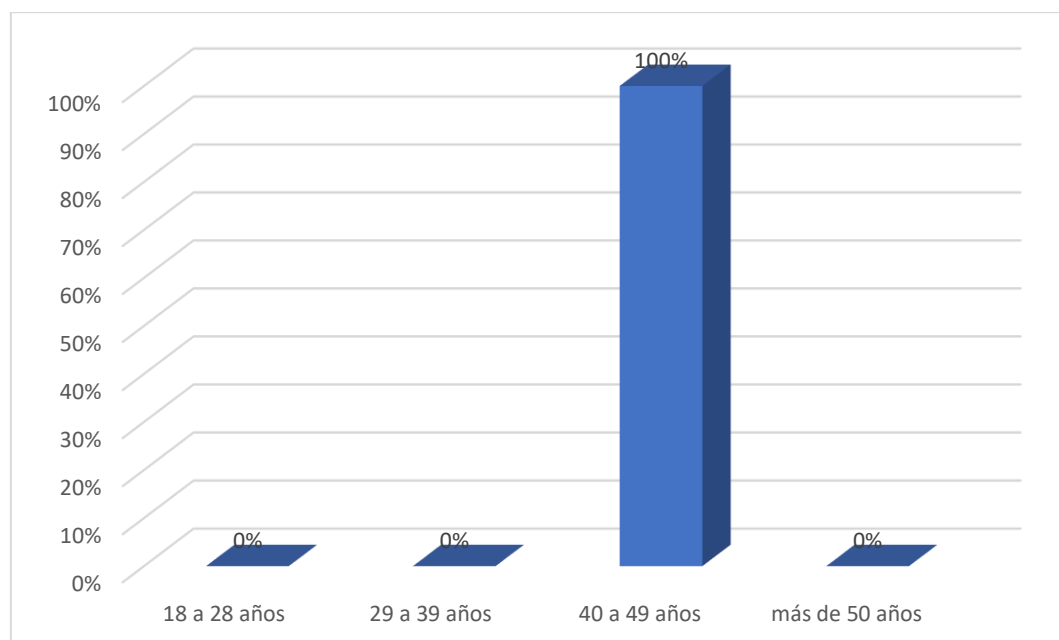


Figura 1.

Gráfico de barras de la edad del propietario de la mype

Nota. la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento de la edad del propietario ya que se observa que el 100% marco de 40 a 49 años.

Tabla 2.

Sexo del propietario de la mype

Respuestas	<i>f</i>	%
Masculino	10	100
femenino	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 1

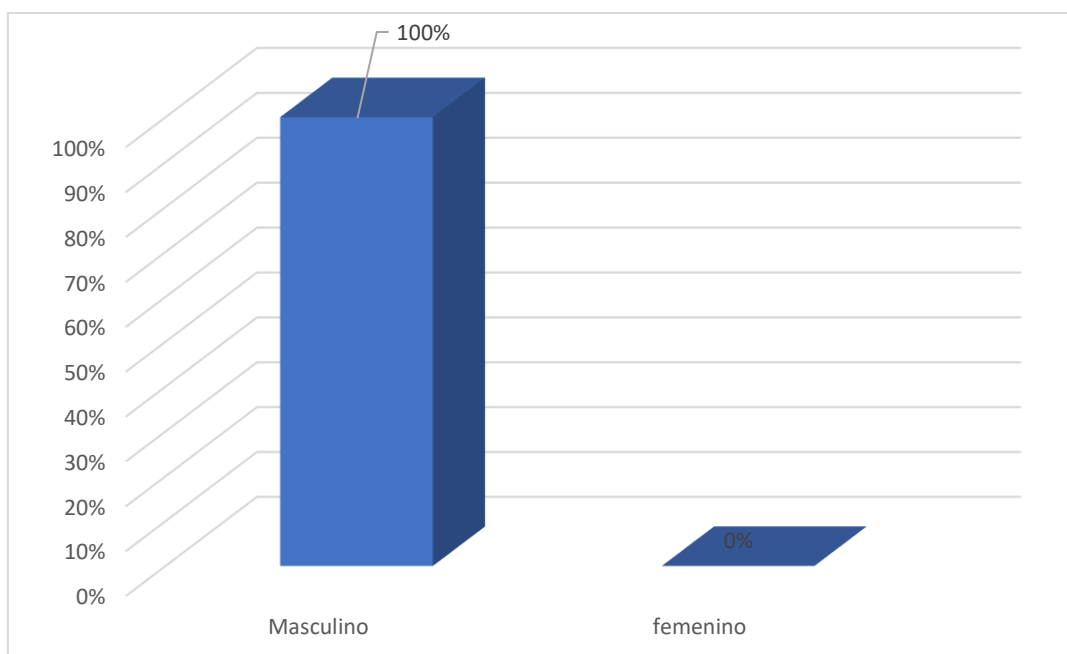


Figura 2.

Gráfico de barras del sexo del propietario de la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento del sexo del propietario ya que el 100% marco Masculino.

Tabla 3.

Grado de instrucción del propietario de la mype

Respuestas	<i>f</i>	%
Estudio básico	10	100
Técnico	0	0
Universitario	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 1

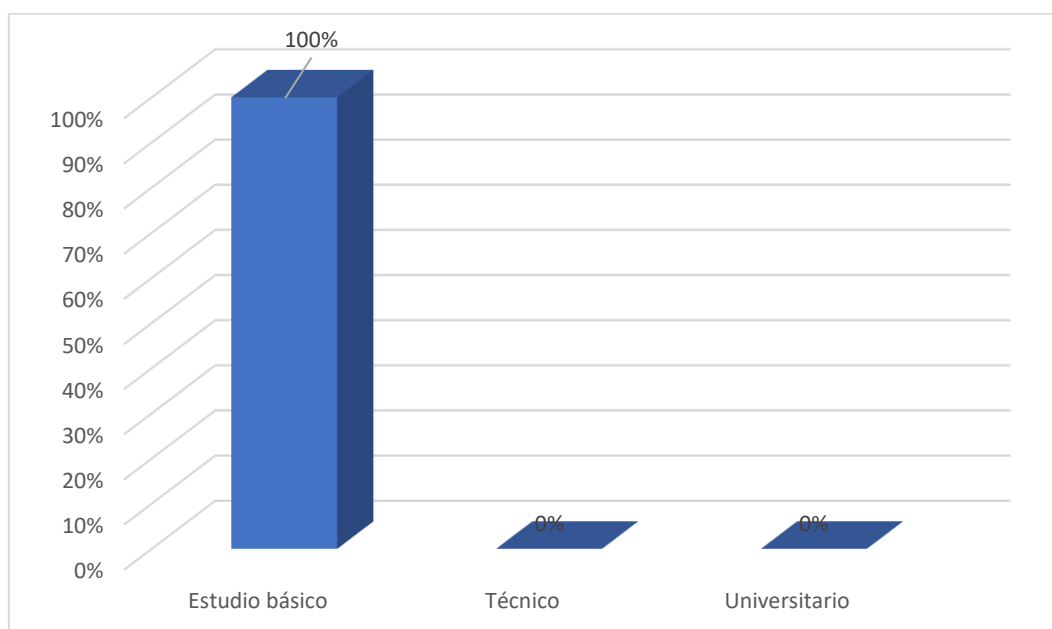


Figura 3.

Gráfico de barras del grado de instrucción del propietario de la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento del grado de instrucción del propietario ya que el 100% marco estudios básicos.

Tabla 4.

Tiempo que desempeña en el cargo

Respuestas	<i>f</i>	%
De 1 a 3 años	0	0
de 4 a 6 años	10	100
de 7 a más años	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 1

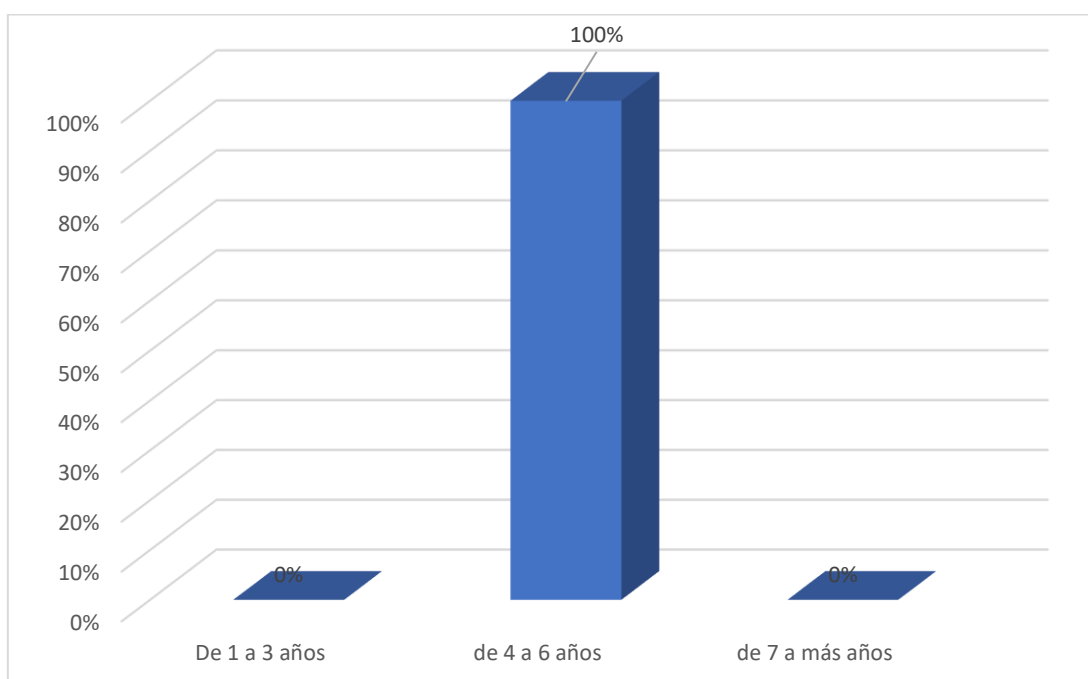


Figura 4.

Gráfico de barras del tiempo del desempeño del propietario de la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento de los años desempeño ya que el 100% marco de 4 a 6 años.

Tabla 5.

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Respuestas	<i>f</i>	%
De 1 a 3 años	0	0
de 4 a 6 años	10	100
de 7 a más años	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 1

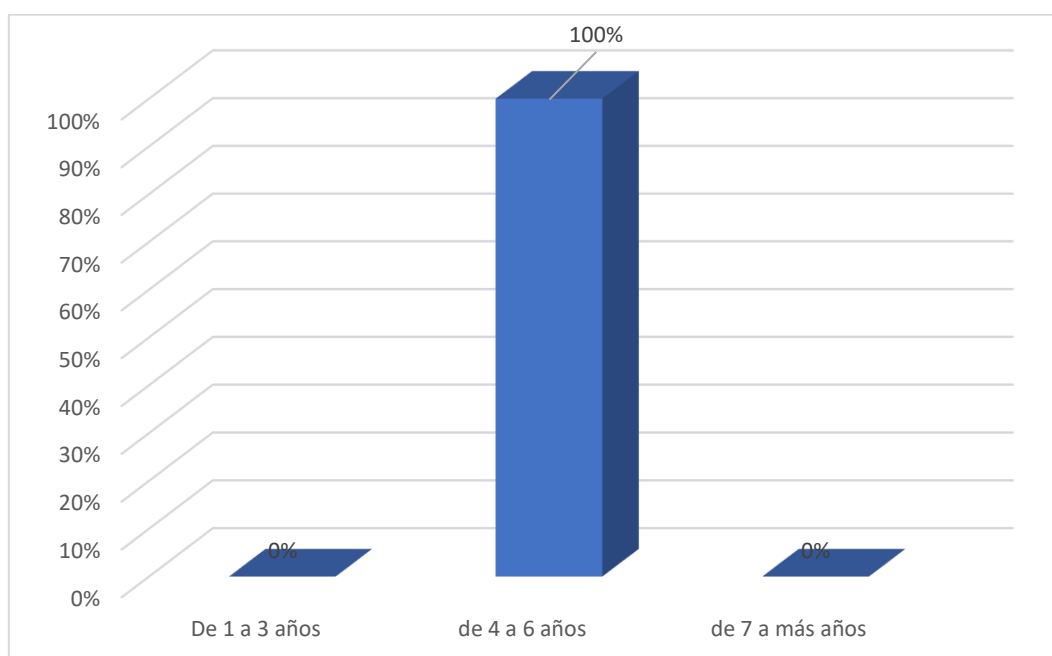


Figura 5.

Gráfico de barras del tiempo de permanencia de la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento de los años que tiene la mype ya que el 100% marco de 4 a 6 años.

Tabla 6.

Número de trabajadores

Respuestas	<i>f</i>	%
1 a 5 trabajadores	0	0
6 a 10 trabajadores	10	100
11 a más trabajadores	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 1

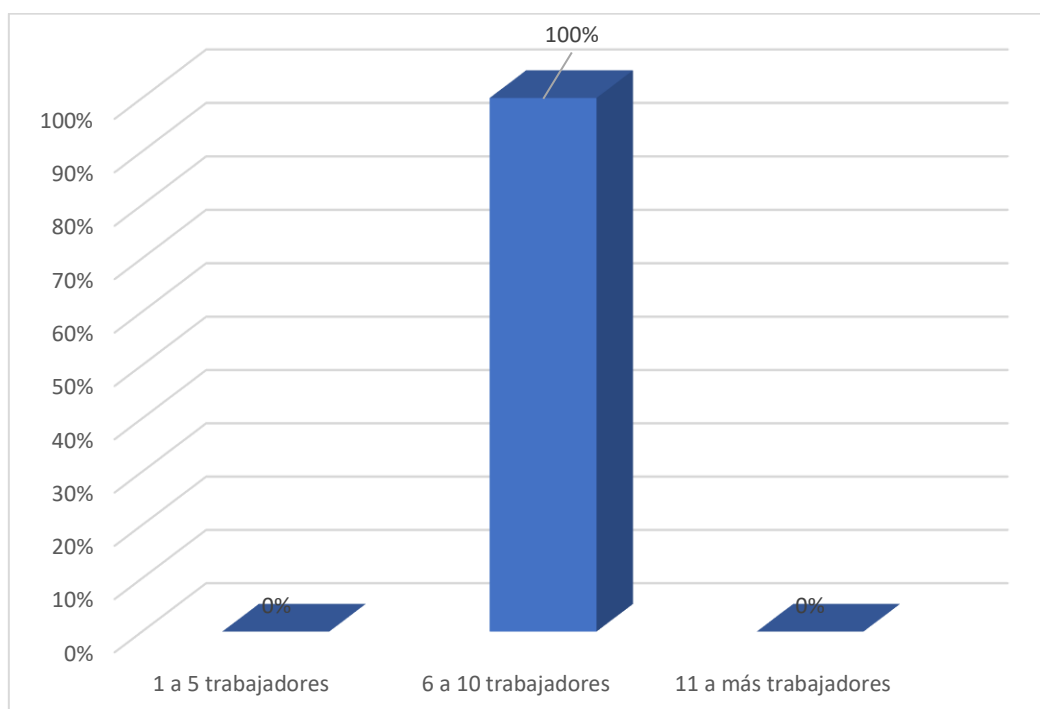


Figura 6.

Gráfico de barras del número de trabajadores de la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento del número de colaboradores de la mype ya que el 100% marco de 6 a 10 trabajadores.

Tabla 7.

Objetivo de la creación de la empresa

Respuestas	<i>f</i>	%
Generar ganancia	10	100
Subsistencia	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 1

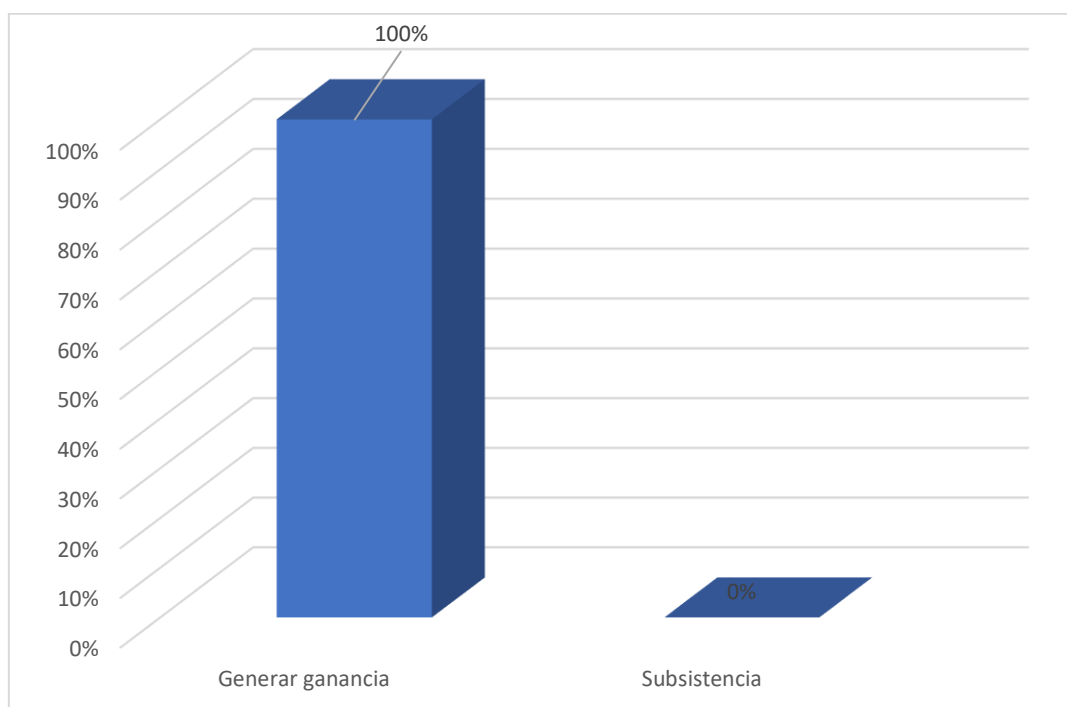


Figura 7.

Gráfico de barras del objetivo de creación de la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% de ellos marco generar ganancias.

5.1.2. Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.

Tabla 8.

¿Conoce el término atención al cliente?

Respuestas	<i>f</i>	%
Si	10	100
No	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 2

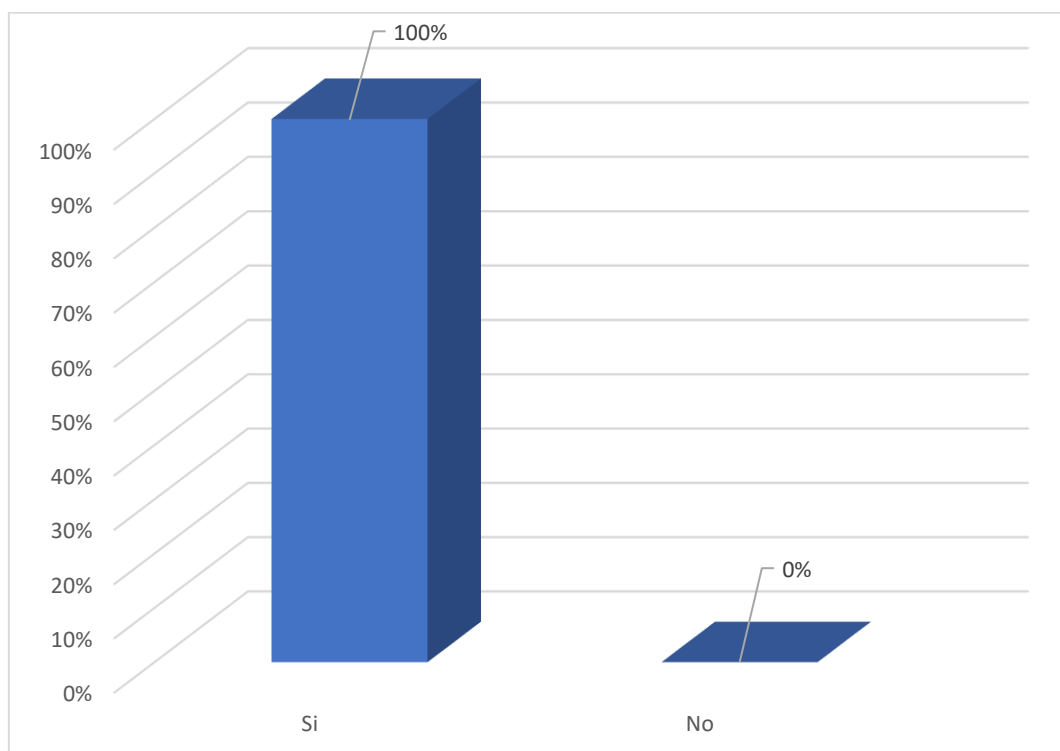


Figura 8.

Gráfico de barras del conocimiento del término atención al cliente.

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que si conocen el termino atención al cliente

Tabla 9.

Cada que tiempo se le capacita en atención al cliente

Respuestas	<i>f</i>	%
Cada 3 meses	0	0
Cada 6 meses	0	0
Anualmente	10	100
No capacita	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 2

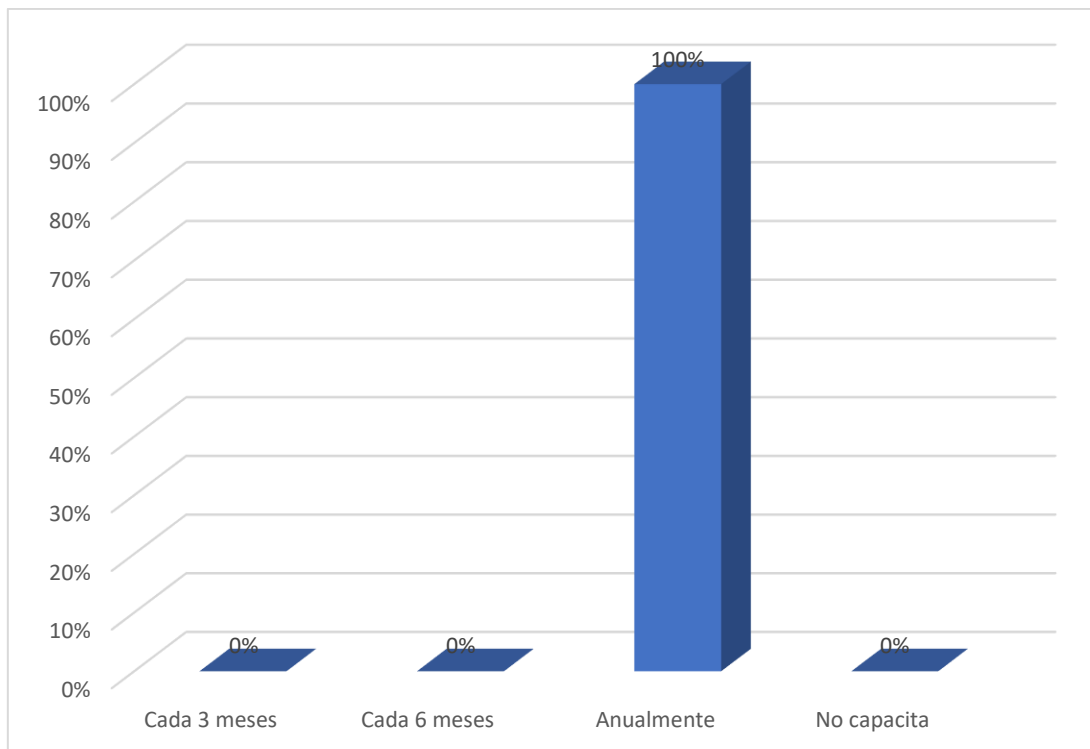


Figura 9.

Gráfico de barras del conocimiento del término atención al cliente.

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que la capacitación dentro de la empresa es anual.

Tabla 10.

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

Respuestas	<i>f</i>	%
Clientes satisfechos	10	100
Fidelización de los clientes	0	0
Posicionamiento de la empresa	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 2

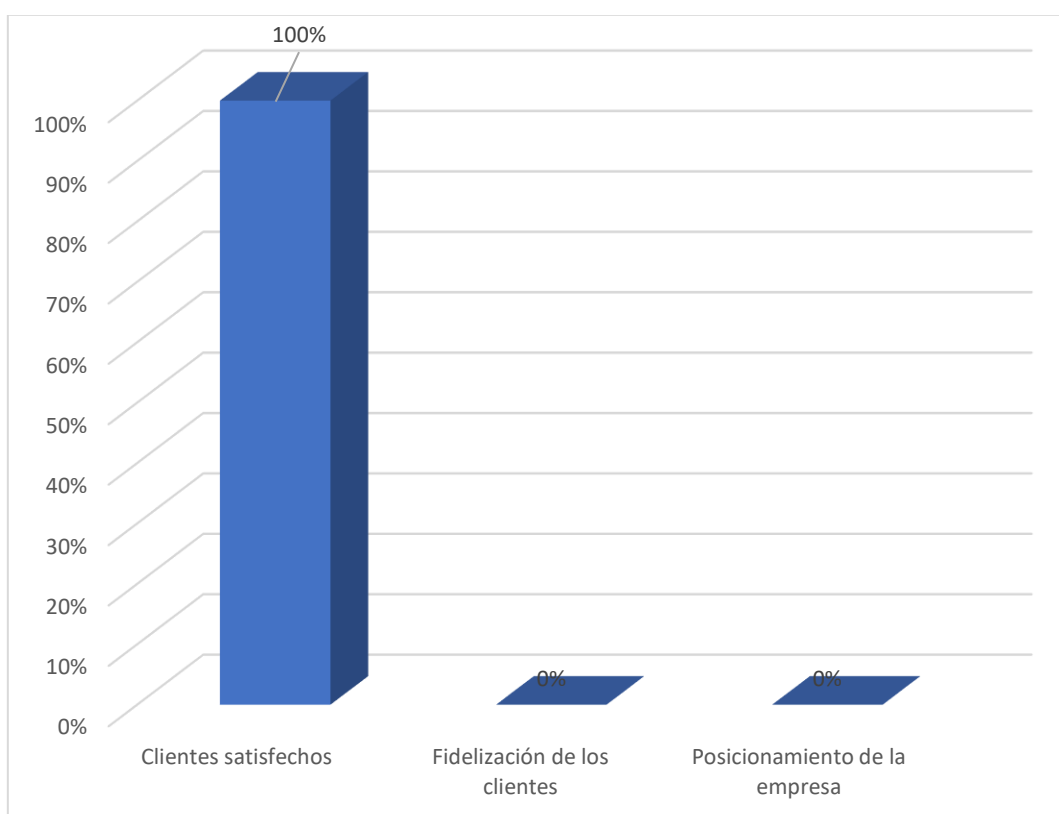


Figura 10.

gráfico de barras de la capacitación de la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que los resultados logrados por brindar una buena atención es clientes más satisfechos.

Tabla 11.

¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para la gestión de calidad?

Respuestas	<i>f</i>	%
Si	8	80
No	2	20
Total		100

Fuente: Objetivo específico 2

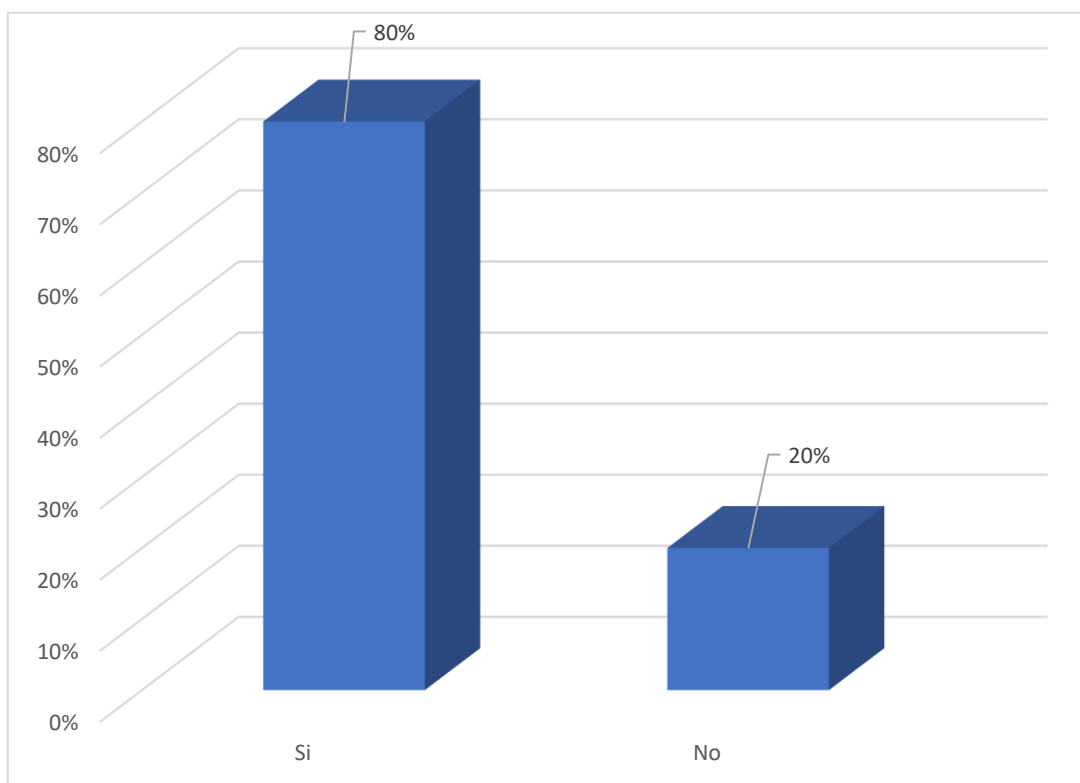


Figura 11.

Gráfico de barras del factor relevante de la atención al cliente

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 80% refleja que la es importante la atención al cliente en la mype, mientras que un 20% refleja que no es importante.

Tabla 12.

¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente?

Respuestas	<i>f</i>	%
Si	10	100
No	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 2

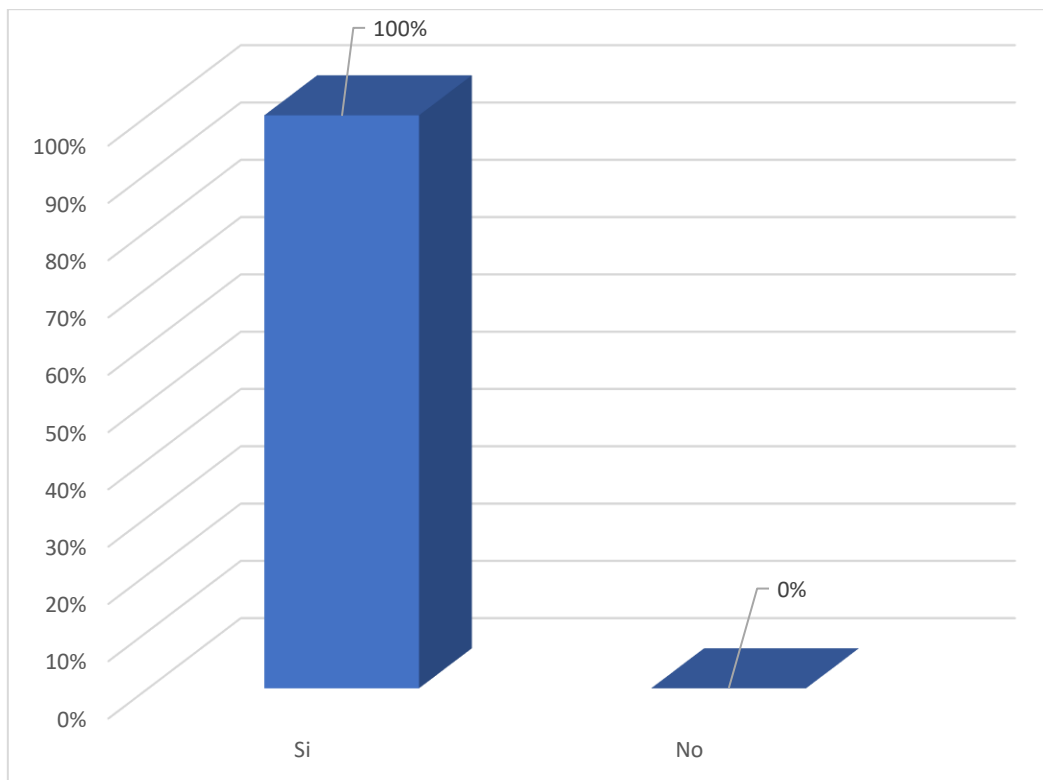


Figura 12.

Gráfico de barras del factor relevante de la atención al cliente

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que la es importante la atención al cliente para la satisfacción de ellos.

Tabla 13.

¿De qué manera mejora la atención al cliente en su empresa?

Respuestas	<i>f</i>	%
Amabilidad	0	0
Capacitación al colaborador	0	0
Información al cliente	0	0
Todas las anteriores	10	100
Total		100

Fuente: Objetivo específico 2

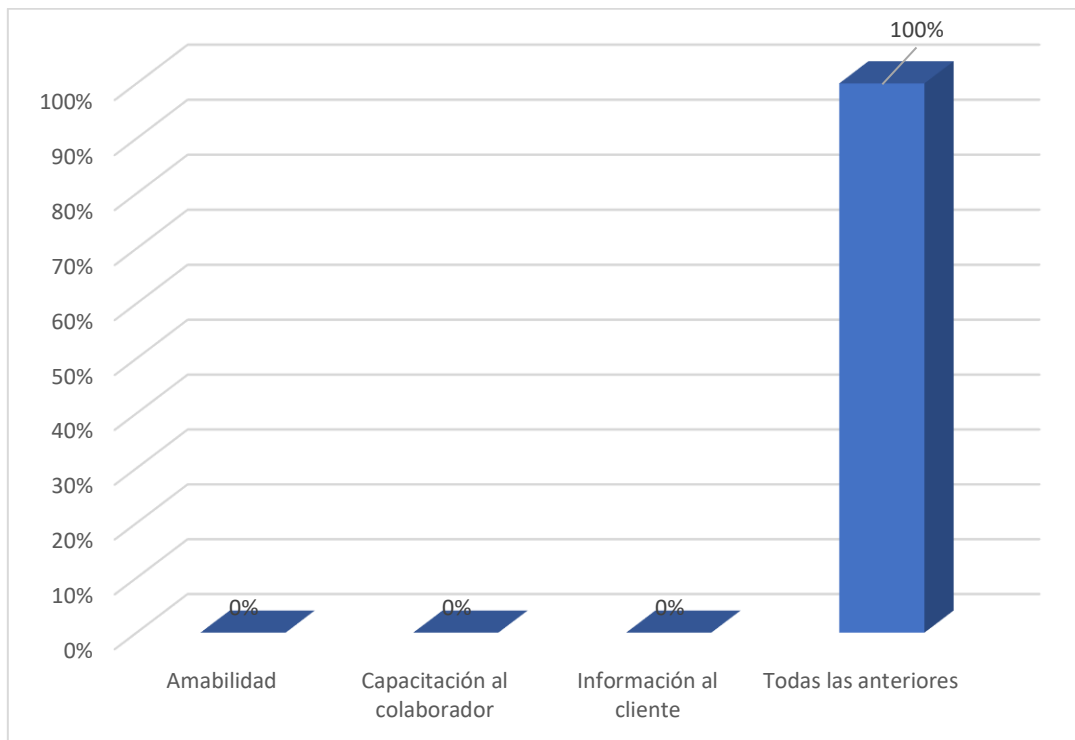


Figura 13.

Gráfico de barras de la influencia de la atención al cliente en la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que las alternativas todas las anteriores.

Tabla 14.

¿Qué estrategias utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente?

Respuestas	<i>f</i>	%
Mejorar calidad del producto y/o servicio	10	100
Innovación de producto	0	0
Rapidez en la atención	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 2

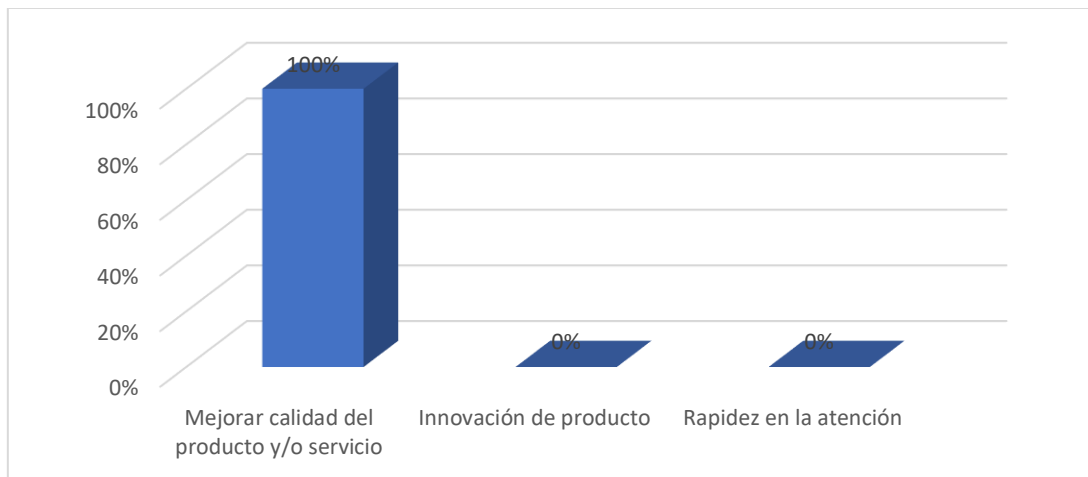


Figura 14.

Gráfico de barras de la estaría utilizada por la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que la estrategia utilizada es mejorar la calidad del producto o servicio.

Tabla 15.

¿Qué ventajas tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente?

Respuestas	<i>f</i>	%
Rentabilidad	7	70
Buena imagen	3	30
Fidelización	0	0
Captación del cliente	0	0
total		100

Fuente: Objetivo específico 2

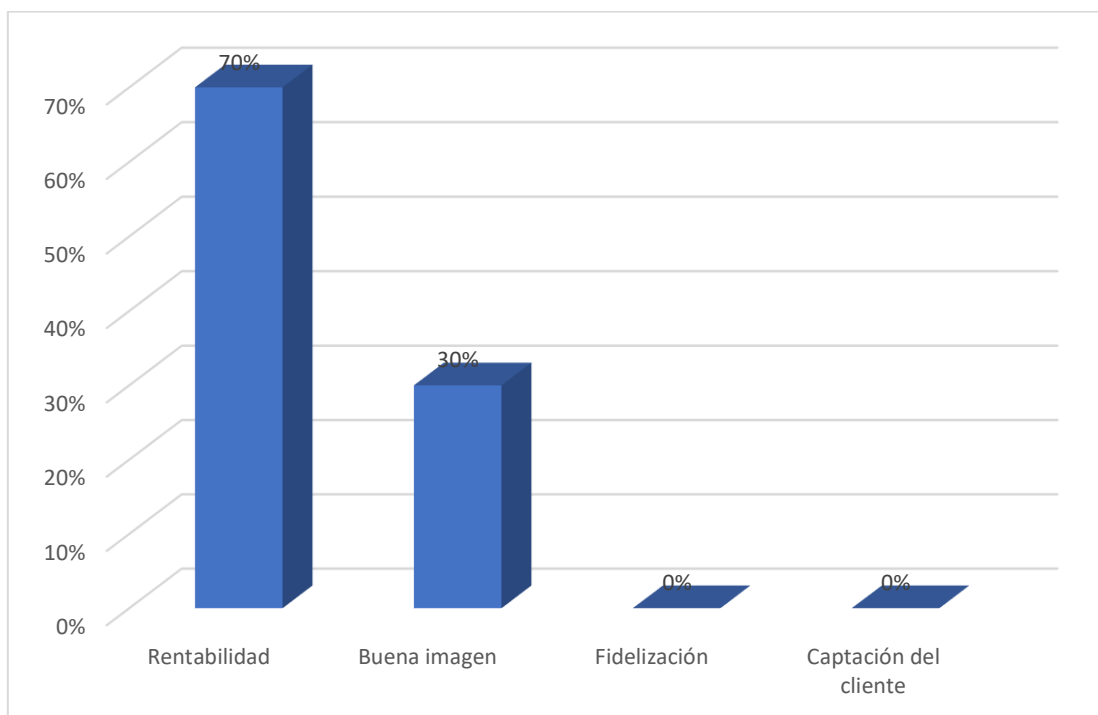


Figura 15.

Gráfico de barras de las ventajas al aplicar atención al cliente

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 70% refleja que la mype aumentara su rentabilidad, por otro lado un 30% la imagen de la mype.

5.1.3. Determinar las características de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.

Tabla 16.

¿Conoce el término Gestión de Calidad?

Respuestas	<i>f</i>	%
Si	7	70
No	3	30
Total		100

Fuente: Objetivo específico 3

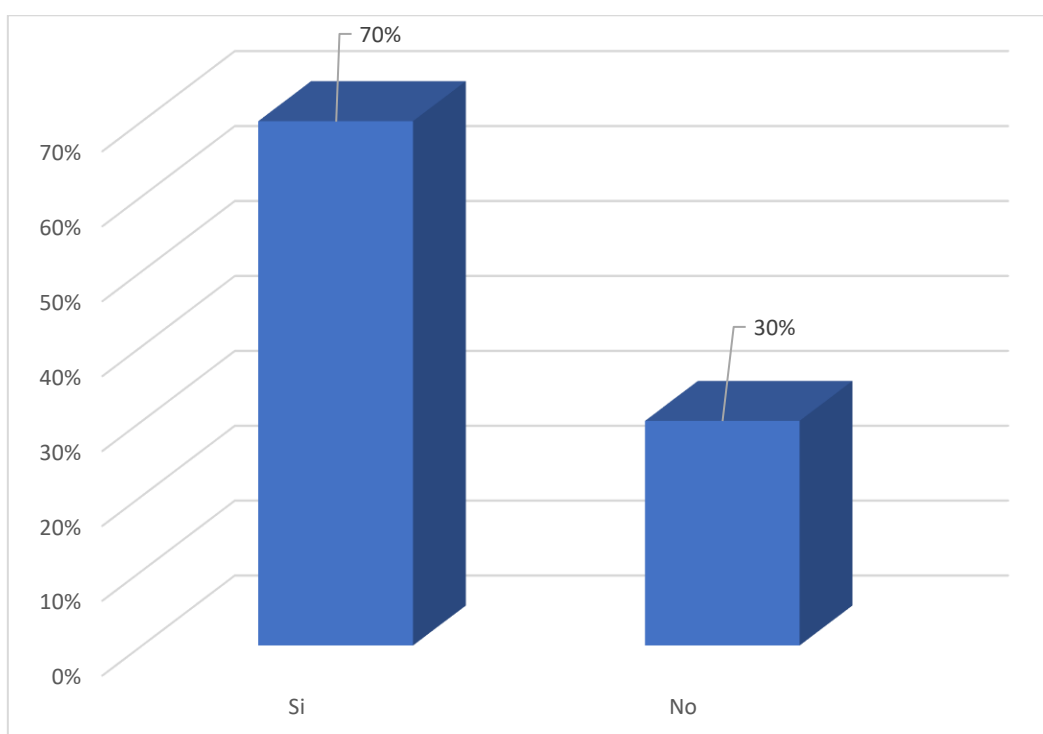


Figura 16.

Gráfico de barras del conocimiento de los colaboradores

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 70% de ellos conocen el termino gestión de calidad.

Tabla 17.

¿Está aplicando una Gestión de calidad en su negocio?

Respuestas	<i>f</i>	%
Si	8	80
No	2	20
Total		100

Fuente: Objetivo específico 3

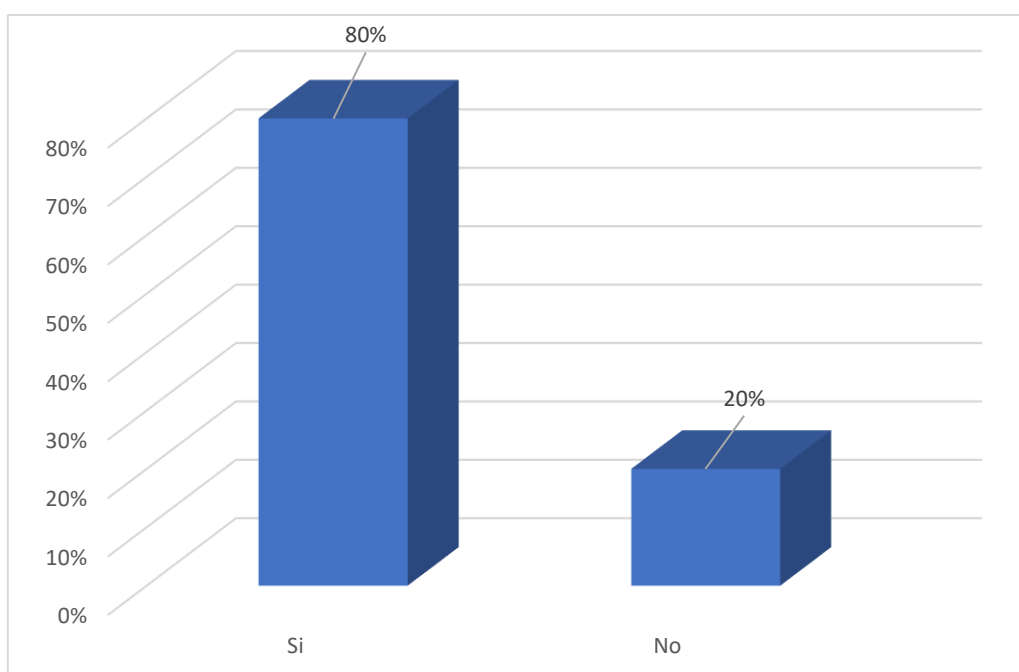


Figura 17.

Gráfico de barras de la aplicación de la gestión en la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 80% de los trabajadores aplica una gestión de calidad.

Tabla 18.

¿Qué técnicas modernas de gestión empresarial usa en su empresa?

Respuestas	<i>f</i>	%
Mejora continua	10	100
Marketing	0	0
Plan estratégico	0	0
Ninguno	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 3

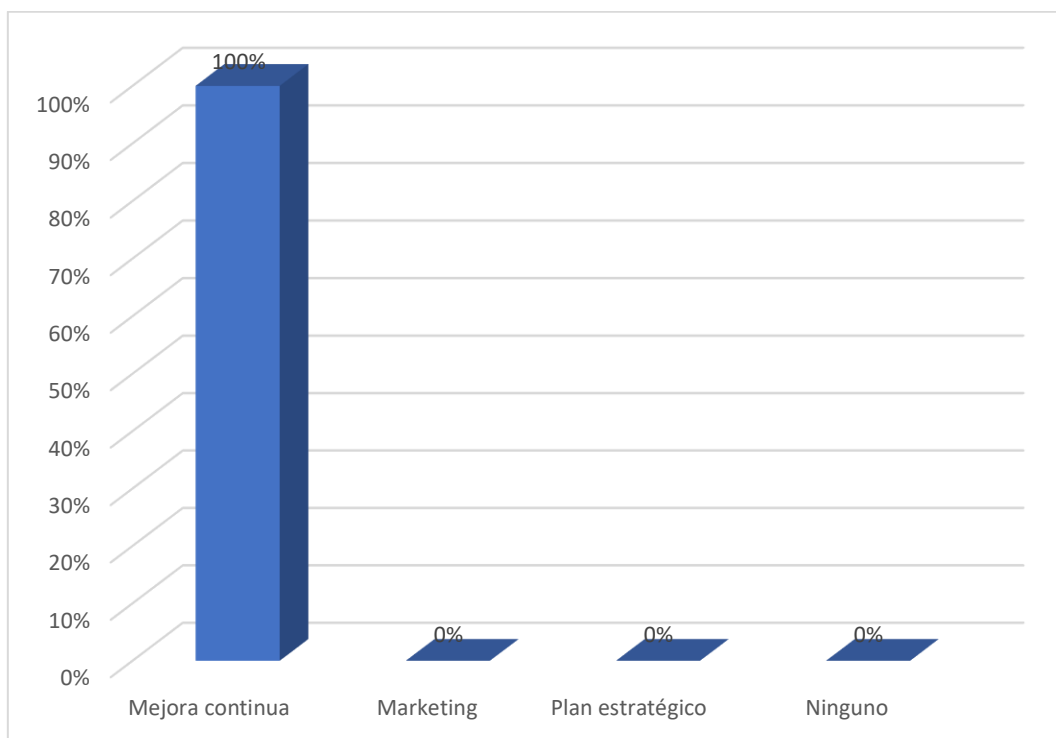


Figura 18.

Gráfico de barras de la técnica usada en la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que dentro de la mype se utiliza la técnica de mejora continua.

Tabla 19.

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

Respuestas	<i>f</i>	%
Si	10	100
No	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 3

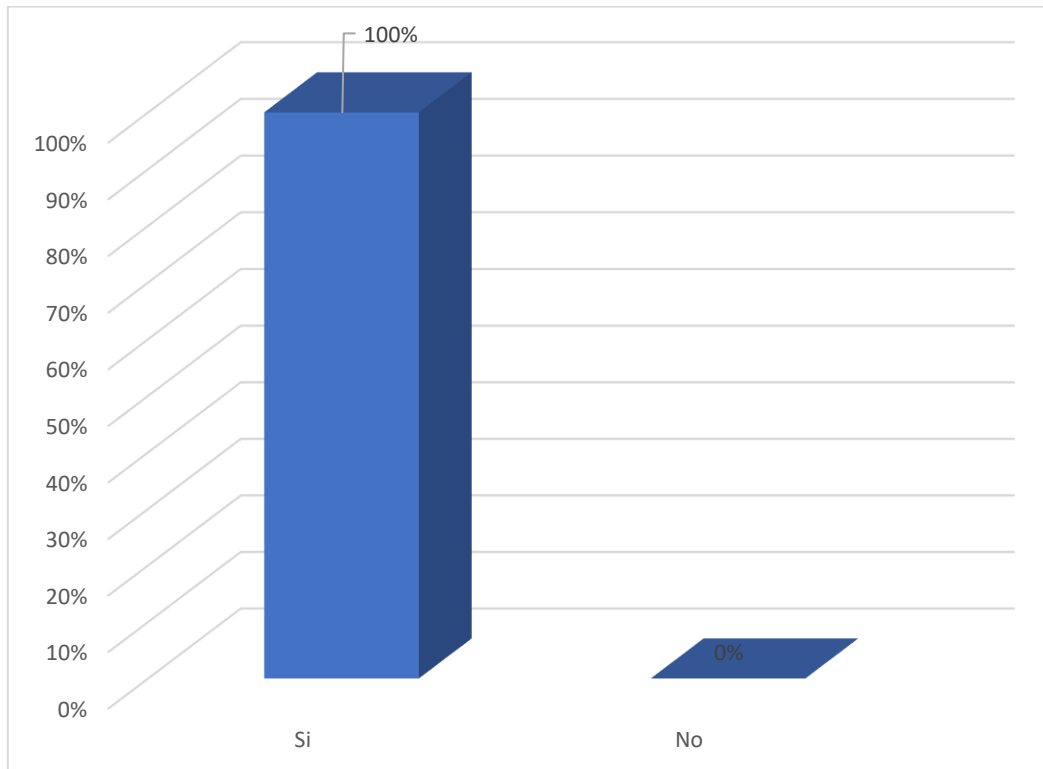


Figura 19.

Gráfico de barras de la gestión de la empresa

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que dentro de la mype la gestión ayuda a alcanzar los objetivos de ella.

Tabla 20.

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

Respuestas	<i>f</i>	%
Poca iniciativa	10	100
Aprendizaje lento	0	0
No se adapta a los cambios	0	0
Desconocimiento del puesto	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 3

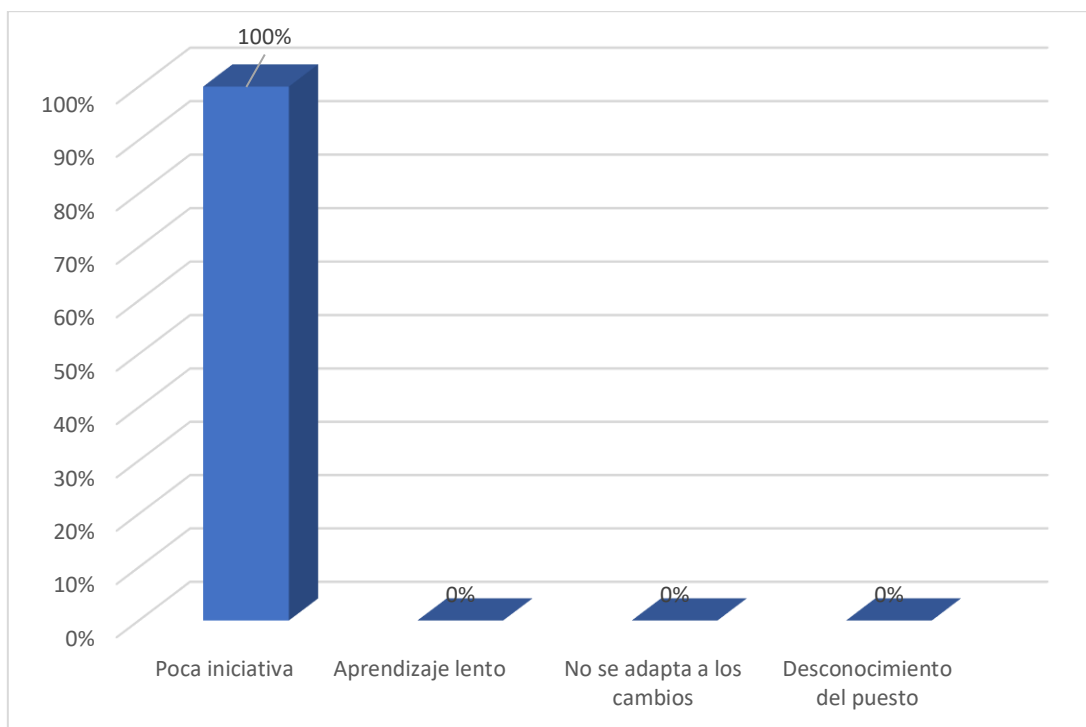


Figura 20.

Gráfico de barras de las dificultades de los colaboradores

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que los colaboradores de la mype tiene poca iniciativa.

Tabla 21.

¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

Respuestas	<i>f</i>	%
La observación	10	100
La evaluación	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 3

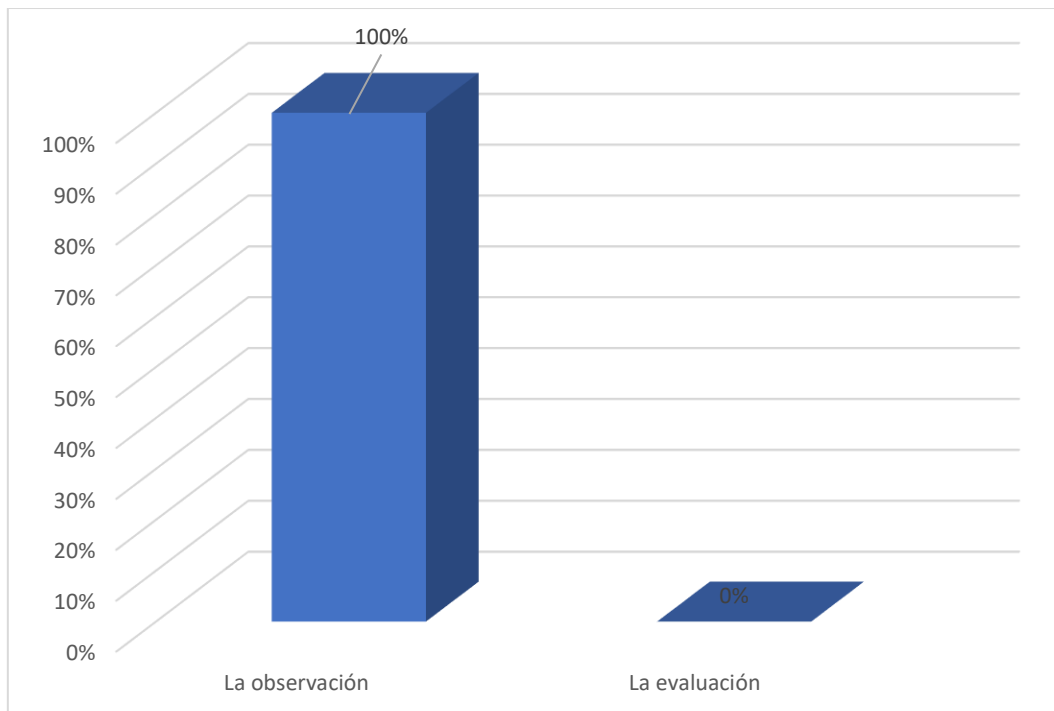


Figura 21.

Gráfico de barras de la técnica para medir en rendimiento

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que la mype utiliza la técnica de la observación.

Tabla 22.

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

Respuestas	<i>f</i>	%
Si	10	100
No	0	0
Total		100

Fuente: Objetivo específico 3

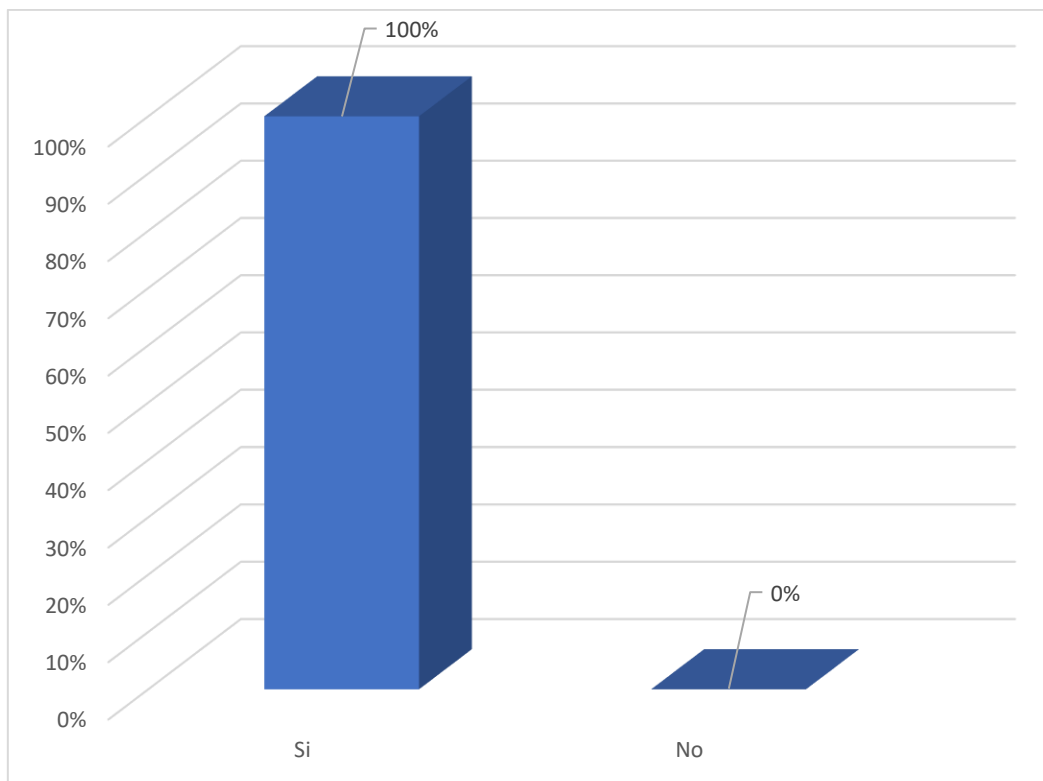


Figura 22.

Gráfico de barras de la contribución de la gestión de calidad en la mype

Nota. De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la mype.

5.2 Análisis de resultados

Con los resultados obtenidos a través de la investigación realizada a la mype seleccionada Pollería “Emanuel” en el distrito de Callería, se procedió a realizar una confrontación analítica con los objetivos específicos e investigaciones citados en los antecedentes y Revisión de literatura.

La muestra estuvo conformada por 6 varones y 4 mujeres que conforman la población estudiada donde cada 1 de ellos participo de manera voluntaria en la realización del instrumento, a continuación, se podrá apreciar los resultados obtenidos al largo de la investigación por medio de las encuestas elaboradas en la Pollería “Emanuel” en el distrito de Callería.

Objetivo específico 1: Describir las características del propietario de empresa del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.

de toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento de la edad del propietario ya que se observa que el 100% marco de 40 a 49 años. Dichos resultados se pueden comparar con el trabajo de investigación de Gaviria (2018) “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente” en el cual se encuentran similitudes en los resultados de esta investigación se encontró que la edad del propietario de esta investigación guarda similitud con la investigación realizada.

de toda la población encuestada se evidenció que tiene conocimiento del sexo del propietario ya que el 100% marco Masculino. Dichos resultados se pueden comparar con el trabajo de Vela (2018), en su trabajo de investigación “gestión bajo el enfoque de atención al cliente” en el cual se encuentra similitud en los resultados hallados de este trabajo de investigación, se encontró que el género del propietario de la empresa de esta investigación guarda similitud con la investigación realizada.

Objetivo específico 2: Determinar las características de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.

De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que la capacitación dentro de la empresa es anual, Estos resultados contrasta con Vela (2018) ya que en su investigación afirma que le trabajadores debe estar en una constante capacitación en el puesto que se le deriva dentro de la mype.

De toda la población encuestada se evidenció que el 100% refleja que los resultados logrados por brindar una buena atención es clientes más satisfechos. Dichos resultados se semejan con Vela (2018) ya que su investigación la gran mayoría de los trabajadores indica que es mejor trabajar bajo una mejora continua ya que ayuda a mejorar los procesos y deberes de cada uno de ellos dentro de la mype.

Objetivo específico 3: Describir las características de la gestión de calidad, para la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: Pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.

Se toda la población encuestada se evidenció que el 70% de ellos conocen el termino gestión de calidad, mientras que un 30% desconoce el término, dicho resultado concuerda con Martínez (2016) en su investigación de calidad del servicio y satisfacción al cliente, concluye que al existir conocimientos de la gestión de la empresa se crea una relación directa entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente con una relación positiva entre ambas variables estudiadas.

De toda la población encuestada se evidenció que el 80% de los trabajadores aplica una gestión de calidad, mientras que un 20% no lo aplica, tal resultado concuerda con la investigación de Cano (2017) ya que en su investigación concluye que el personal está de

acuerdo con la gestión que se aplica en la mype llegando a un mejorar los procesos dentro de ella y brindar una atención e información adecuada a los clientes.

VI. CONCLUSIONES

Con respecto a los resultados arrojados en la investigación de esta tesis se logró encontrar las siguientes conclusiones que dan respuesta a las necesidades de la mype y los objetivos específicos planteados:

Según los resultados de la investigación, el rubro de restaurant tiene apertura para emprendedores de diferentes edades, de genero masculino y con un grado de instrucción básica.

Con respecto a la atención al cliente que lleva la mype se refleja que todos los trabajadores tienen conocimiento del término y la existencia de esta variable, así mismo reflejan que la empresa brinda capacitación para el personal que tiene contacto directo con los clientes teniendo como resultado al brindar una buena atención que todos los clientes de la mype están satisfechos con el producto.

En cuanto a la satisfacción del cliente, se puede observar que consideran importante realizar promociones para adquirir nuevos usuarios y mantenerlos satisfechos al satisfacer sus necesidades, lo hacen apegándose a los estándares establecidos, los trabajadores están bien capacitados y pueden brindar un buen servicio de alta calidad, tratar bien a los usuarios, considerar las sugerencias de los usuarios para mejorar los servicios.

Con respecto al conocimiento de los trabajadores se logró concluir que la mayoría tiene un conocimiento sobre cómo se lleva, aplica y aneja la gestión en la empresa empleando técnicas modernas como la mejora continua que ayuda a la organización alcanzar los objetivos y metas que se trazan durante el año, aunque en una de las preguntas los trabajadores reflejan que tiene poca iniciativa al implementar una gestión de calidad en la mype.

En términos de gestión de calidad, se puede ver que tienen el conocimiento de la tecnología de gestión empresarial, utilizan planes de trabajo, aprecian buenos resultados al utilizar un sistema de gestión de calidad, definen bien su estructura organizacional, toman en cuenta la importancia de poner en práctica la ética y los valores en la organización, demuestran y cumplen a cabalidad con la Misión y visión , centrándose en lo que creen que es más importante, mayores ventas, a menudo ignorando la satisfacción del usuario

Se concluye que la empresa cumple con las expectativas de los clientes, también se puede apreciar que la mype cumple con una buena administración eficiente que se compromete con la gestión de calidad, lo cual asegura su posicionamiento en el mercado.

En la actualidad la mype está aplicando una buena gestión de calidad y atención al cliente lo cual le permite seguir sus lineamientos enfocados al cumplimiento de sus objetivos.

Aporte del investigador

Es la contribución de se desea obtener por medio de esta investigación, así mismo la investigación servirá como siguas para otras similares.

Beneficio del cliente

En esta investigación se verá reflejado en el mejor manejo de la mype, que a su vez ayudara a mejorar la calidad de la atención y servicios del personal que tiene contacto directo con los clientes.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa a tener en consideración a personas más jóvenes y mejor preparadas para el cual mejorar la gestión de la empresa, se plantea este punto con la finalidad de optimizar y poder remplazar en algunos casos a un trabajador obsoleto.

Se recomienda a la mype y al personal que tiene contacto directo con los clientes, que se dé capacitaciones más seguidas y acortar el tiempo de espera en la atención de ellos, para que así el cliente no solo vaya satisfecho por el producto sino también por la atención.

Se recomienda a la mype implementar una herramienta de gestión más eficiente ya que como la mayoría de los trabajadores tiene conocimientos como se lleva, aplica y maneja los procesos dentro de la mype, por ejemplo en diagrama de causa y efecto para identificar los problemas y clasificar las ideas útiles para combatirlo.

En conclusión se puede apreciar que la mype, los trabajadores y el propietario de la mype tiene una gestión de calidad buena y una atención al cliente eficiente, la recomendación final sería que deben pulir los aspectos mencionados con la ayuda de herramientas de gestión y estrategias para la atracción de más clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albrecht, K. (1990). *La revolucion del servicio*. Colombia.
- Ariansen, J. (2008). *Requisitos para lograr la calidad*. [Acceso 2018 Ene. 10]. .
- Asaka, T. (1992). *Manual de herramientas de calidad: el enfoque japonés*. Madrid: Tecnología de Gerencia y Producción.
- Asensi, S., Soler, V., Bernabeu, E. (2017). *Los 7 principios de gestión de la calidad en ISO 9001*. 3c Empresa: investigación y pensamiento crítico, (1), 10-18.
- Avilés, E. & Cedeño, A. (2018). *Diseño de un Modelo de Gestión de Calidad de Servicio al Cliente para el restaurante “La Finquita” Ecuador*.
- Barraza, B. J. (2006). *Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Quipukamayoc, 13(25), 127-131.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Colombia.
- Betancourt, E. (2010). *La Planificación Estratégica del Capital Humano en el siglo XXI*. Editado por el Dpto. de Publicaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Central de Venezuela, Caracas. Venezuela.
- Boisier, S. (2011). *Hay espacio para el desarrollo local en la globalización*. [Acceso 2017 Dic. 20].
- Bonilla, E., Díaz, B., Kleeberg, F., Noriega, M. (2010). *Mejora continua de los procesos: herramientas y técnicas*. Universidad de Lima. Fondo Editorial.
- Cano, D. (2017). *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: Caso restaurante “LA RINCONADA” En la ciudad de Huarney, 2016*. Chimbote.
- Chamorro, S. (2016). *La importancia de contar con buenos sistemas de gestión de calidad*.

- Deming, W., Medina, N. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*. Ediciones Díaz de Santos.
- Dueñas, J. (2015). *Planificación de la investigación de mercados*.
- Fernández, M., y Motto, M. (2014). *Servicio y atención al cliente en restaurante*. Paraninfo.
- Feijo, H., Caballero, C. (2012). *Comunicación y atención al cliente*.
- Garica, I. (2017). *Definición de control de calidad*, recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/control-de-calidad>.
- Gaviria, V. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, Año 2017*. Pucallpa.
- Godoy, J. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. *Observatorio laboral revista venezolana*, 4(8), 23-35.
- González, C. (2015). *Conceptos: Universo, Población y Muestra*. Obtenido de: <https://www.cgonzalez.cl/conceptos-universo-poblacion-y-muestra/>.
- Gonzalez, F. (2000). *Tesis de Post Grado: Gestión de Calidad*.
- Hernández R, Fernandez C., Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Quinta edición.
- ISOTools. (2015). *Calidad Total: definición y modelos*.
- Joseph, J. (1967). *Gestion del control de calidad*. Nueva York.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Ecuador.

- Maderuelo, A. (2002). *Gestión de la calidad total: El modelo EFQM de excelencia*. Medifam, 12(10), 41-54.
- Mares, C. (2013). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú*.
- Martínez, R. (2016). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016*. Chimbote.
- Navarro, J. (2014). *Definición de ISO 9001*, recuperado de: <https://www.definicionabc.com/negocios/iso-9001.php>.
- Nieves, C. (2006). *Herramientas y técnicas de la calidad*.
- Ojanama, H. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las Mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytia, región Ucayali, año 2018*.
- Perez, J. &. (2009). *Definición de clientes*, recuperado de: <https://definicion.de/cliente/>.
- Peyón, J. (2016). *Importancia de las MYPEs en el Perú*.
- Pincay, Y. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. Dominio de las Ciencias, 6(3), 1118-1142.
- Raven, E. (2014). *La Investigación Cuantitativa, la Investigación Cualitativa y el Investigador*. Obtenido de: <http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arj15/art15.pdf>.
- Rivellon, R. (2017). *Como evitar la deserción escolar e incrementar el rendimiento académico a partir de la técnica meditación trascendental como estrategia académica*. .
- Sanguesa, M. (2008). *Teoría y práctica de la calidad*. En M. Sanguesa, *Teoría y práctica de la calidad* (págs. 37-38-39).

- Tello, S. (2017). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Perú.
- Thompson, I. (2010). *La satisfacción del cliente*. Rev Med (Bolivia), 6.
- Uladech. (2019). *Código De Ética Para La Investigación Versión 002*.
- Vásquez, I. (2016). *Tipos de Estudio y Métodos de Investigación*. Obtenido de:
<https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-ym%C3%A9todos-de-investigaci%C3%B3n.pdf>.
- Vega, R., Casielles, V, Martín D. (2015). *La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural*. Papers de Turisme, (19), 17-33.
- Vela, W. (2018). *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurant, distrito de calleria, año 2018* . Pucallpa.
- Velasco. (2005). p. 181 *principios de gestión de calidad*.
- Villaseca, J. (2019). *Características de la gestión de calidad bajo el enfoque en la atención al cliente de las jugueterías del mercado de Bellavista año 2017*.
- Yáñez, C. (2008). *Sistema de gestión de calidad en base a la norma ISO 9001*.
Recuperado de: <http://internacionaleventos.com/articulos/articuloISO.pdf>.

ANEXO

Anexo 1:

Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2021								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X	X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.					X											
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						X										
8	Ejecución de la metodología						X										
9	Resultados de la investigación							X									
10	Conclusiones y recomendaciones								X								
11	Redacción del pre informe de Investigación.									X	X	X	X				
12	Reacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Fuente: Elaborado por Garcia Fasabi Carlos Andres

Anexo 2:

Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)	30	4	120.00
Impresiones	40	2	80.00
Fotocopias	20	2	40.00
Empastado			
Papel bond A-4 (500 hojas)	14	1	14.00
Lapiceros	2	6	12.00
Servicios	10	7	70.00
Uso de Turnitin	50	1	50.00
Sub total			386.00
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información	40	3	120.00
Sub total			386.00
Total de presupuesto desembolsable			506.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	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/.)			

Financiamiento:

- Definido el presupuesto de inversión del proyecto se procede a buscar las fuentes de financiamiento. En nuestro caso se optará por recursos propios, es decir, el presupuesto de los gastos será financiado íntegramente por el investigador.



Anexo 3:

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula **“La Atención Al Cliente, Para La Gestión De La Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurante. Caso: Pollería “Emanuel”, En El Distrito De Callería Pucallpa, 2020.”** y es dirigido por Carlos Andres Garcia fasabi, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **cumplir con el protocolo de consentimiento informado para encuestas.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de Página de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo darkdukey08@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Emanuel

Fecha: Pucallpa, 7 de octubre del 2020.

Firma del participante: _____


Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____


Anexo 4:

VALIDACION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante (Experto): Crysber M. Valdiviezo Saravia

Grado Académico: MBA

Profesión: Administración de empresas


Cargo que desempeña: Docente

Autor del instrumento: Garcia Fasabi, Carlos Andres

Carrera: Administración

Título de tesis: La atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería “Emanuel”, en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.

Ítem	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
21	X		X		X		X		X		
Aspectos Generales									Sí	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial									X		

El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir		X		
Validez				
Aplicable	X	No aplicable		
Aplicable atendiendo a las observaciones				
Validado por: MBA. Crysber M. Maldiviezo Saravia		c.i.: 11296	Fecha:10/04/2019	
Firma:  <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> Firma MBA Crysber M. Valdiviezo Saravia Colegiatura: Nro.11296		Teléfono:	e-mail:	

VALIDACION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del informante (Experto): Sergio Ortiz Garcia

Grado Académico: Magister

Profesión: Administración de empresas


Cargo que desempeña: Docente

Autor del instrumento: Garcia Fasabi, Carlos Andres

Carrera: Administración

Título de tesis: La atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante. caso: pollería "Emanuel", en el distrito de Callería Pucallpa, 2020.

Ítem	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
21	X		X		X		X		X		
Aspectos Generales									Sí	No	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario.									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir									X		

Validez			
Aplicable	X	No aplicable	
Aplicable atendiendo a las observaciones			
Validado por: Mgtr. Sergio Ortiz Garcia		c.i.: 09230	Fecha: 10/06/2020
Firma: 		Teléfono: 945434709	e-mail: sortizg@uladech.edu.pe

Anexo 5:

turnitin

CARLOS ANDRES GARCIA FASABI | TESIS IV-C-GARCIAF-INFORME FINAL DE TESIS-TURNITIN-2022-1

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA ATENCIÓN AL CLIENTE, PARA LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTE. CASO: POLLERÍA “EMANUEL”, EN EL DISTRITO DE CALLERÍA PUCALLPA, 2020.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

Resumen de coincidencias

4 %

1 repositorio.uladech.ed... 4 % >
Fuente de Internet

Página: 1 de 88 | Número de palabras: 15558 | Versión solo texto del informe | Alta resolución | Activado

INFORME

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Catolica Los
Angeles de Chimbote

Trabajo del estudiante

4%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo