



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO,
RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA,
2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR EL GRADO
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTOR:

JAURIGUE ROMERO, MARIA

ASESOR:

MGTR. REBAZA ALFARO, CARLOS ENALDO

CHIMBOTE – PERÚ

2019

1. Título del proyecto de investigación

**GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA, 2019.**

2. JURADO Y ASESOR

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgrt. Limo Vasquez, Miguel Angel

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

Mgr. Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

Asesor

3. Dedicatoria

La presente tesis la dedico principalmente a mi hijo y a mis padres, que han sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, por brindarme la confianza, consejos y oportunidad para lograrlo, gracias por estar siempre en esos momentos difíciles brindándome su amor, paciencia y comprensión, y por ultimo a mi asesor por brindarme todo su apoyo incondicional.

4. Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: Determinar características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019. Se aplicó una investigación tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, haciendo uso de la técnica de encuesta, con un cuestionario de 23 preguntas a una población muestral de (12) mypes, resultados: Respecto a los representantes: el 58% las Mypes tienen una antigüedad de 7 a más años, el 83% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 75% de las personas que trabajan son sus familiares, el 75% tiene como objetivo generar ganancias. El 58% de los representantes tiene conocimiento de gestión de calidad, el 59% utiliza la técnica de atención al cliente, el 58% tiene un aprendizaje lento, el 83% mide el rendimiento de su personal por la observación, el 75% contribuyen con el mejor rendimiento de la Mypes, el 75% si ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas, el 67% conoce el termino de atención al cliente, el 50% si aplica la gestión de calidad, el 83% si cree que la atención al cliente es fundamental, el 37% utiliza como herramienta la confianza, el 50% usa como factores las instalaciones, el 42% brinda una buena atención a los clientes, el 59% considera que no tiene suficiente personal, el 50% han logrado clientes satisfechos brindando una buena atención.

Palabras clave: Gestión de calidad y atención al cliente.

5. Abstract

The present research work has as a general objective: Determine quality management characteristics in customer service in the micro and small companies of the service sector, restaurant sector in the city of Tingo María, 2019. A quantitative, descriptive level research was applied. , non-experimental, transversal design, making use of the survey technique, with a questionnaire of 23 questions to a sample population of (12) mypes, results: Regarding the representatives: . 58% of the representatives have knowledge of quality management, 59% use the technique of customer service, 58% have a slow learning, 83% measure the performance of their staff by observation, 75% contribute with the best performance of the Mypes, 75% if it helps to reach the objectives and goals set, 67% know the term of customer service, 50% if quality management is applied, 83% believe that customer service is fundamental, 37% use trust as a tool, 50% use facilities as factors, 42% provide good customer service, 59% consider that they do not have enough staff, 50% have achieved satisfied customers by providing good attention

Key words: Quality management and customer service.

6. Contenido

1. Título del proyecto de investigación.....	2
2. Jurado y Asesor	3
3. Dedicatoria	4
4. Resumen	5
5. Abstract.....	6
6. Contenido	7
7. Índice de tablas y figuras	8
I. Introducción	10
II. Revisión de literatura	15
III. Hipótesis	31
IV. Metodología.....	32
4.1 Diseño de la investigación	32
4.2 Población y muestra	32
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	33
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	36
4.5 Plan de análisis:.....	36
4.6 Matriz de consistencia.....	37
4.7 Principios éticos	38
V. Resultados.....	39
5.1 Resultados	39
5.2 Análisis de resultados.....	42
VI. Conclusiones.....	46
Referencias Bibliográficas.....	48
Anexos :.....	51

7. Índice de tablas y figuras

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019..... **¡Error!**

Marcador no definido.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 3 Características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019..... **¡Error! Marcador no definido.**

INDICE DE FIGURAS

figura 1. Edad **¡Error! Marcador no definido.**

figura 2. Genero **¡Error! Marcador no definido.**

figura 3. Grado de instrucción **¡Error! Marcador no definido.**

figura 4. Cargo que desempeña..... **¡Error! Marcador no definido.**

figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo **¡Error! Marcador no definido.**

figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro **¡Error! Marcador no definido.**

figura 7. . Número de Trabajadores **¡Error! Marcador no definido.**

figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son **¡Error! Marcador no definido.**

figura 9. Objetivo de creación..... **¡Error! Marcador no definido.**

figura 10. **Conoce el termino Gestión de Calidad** **¡Error! Marcador no definido.**

figura 11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce **¡Error! Marcador no definido.**

figura 12. Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad **¡Error! Marcador no definido.**

figura 13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce **¡Error! Marcador no definido.**

figura 14. La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio **¡Error! Marcador no definido.**

figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa **¡Error! Marcador no definido.**

figura 16. Conoce el termino atención al cliente **¡Error! Marcador no definido.**

figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes **¡Error! Marcador no definido.**

figura 18. Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento **¡Error! Marcador no definido.**

figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad **¡Error! Marcador no definido.**

figura 20. Principales factores que para la calidad al servicio que brinda **¡Error! Marcador no definido.**

figura 21. La atención que brinda a los clientes es **¡Error! Marcador no definido.**

figura 22. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente **¡Error! Marcador no definido.**

figura 23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente **¡Error! Marcador no definido.**

I. INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto de investigación con el título “GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE EN LAS MYPES, SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE TINGO MARIA 2019”. Podemos señalar hoy en día, que los restaurantes asumen nuevos retos en una sociedad competitiva, por lo tanto, la gestión de calidad es una variable importante para el crecimiento de los restaurantes, ya que al ofrecer una buena gestión de calidad en la atención a los clientes, estos se encontrarán satisfechos y los restaurantes obtendrán mejores resultados económicos y su rentabilidad tendrá consecuencias positivas.

Considerando que los restaurantes se deberían empeñar cada día en brindar una buena calidad tanto en la comida como en la atención, parece que aún no han comprendido que los clientes, además de buscar buenos productos, buscan un buen servicio de calidad.

Con esta investigación de estudio se desea determinar la importancia de gestión de calidad en atención al cliente en las mypes, sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de

Tingo María -2019; teniendo como referencia los elementos tangibles e identificando como se relaciona la capacidad de respuesta y la empatía con la atención al cliente.

En CHILE, la estructura productiva se encuentra orientada hacia los servicios (50% de las ventas) y en el procesamiento de los recursos naturales, sin embargo, cuando se analiza el número de empresas destaca la contribución de sectores que se caracterizan por establecimientos de reducida escala productiva como producción agropecuaria, transporte, servicios sociales e institucionales (Gonzales, 2007)

En BRASIL la Constitución brasileña prevé un tratamiento tributario diferenciado para las Pymes. Dicho tratamiento diferenciado beneficia a las Pymes respecto del resto del sector privado, no solo contribuye al crecimiento de estas, si no que estimula la creación de nuevas (Simone,2016).

Además, se realizó un proceso de planificación frente a problemas como la concentración económica y la polarización regresiva de los ingresos. En respuesta a tales debilidades se creó CEBRAE, organismo estatal de asistencia gerencial, concebida para condicionar la concesión de créditos para apoyo organizacional, con la finalidad de conseguir un aumento en la productividad (Espino 2005).

En ECUADOR, la mayoría de las Pymes en el país son empresas familiares, y estas a su vez abarcan el 80% de las empresas del país, según la Superintendencia de Compañías, los sectores en donde operan las Pequeñas y Medianas empresas son: comercio, producción, transporte e inmobiliario. A demás las Pymes en el país aportan el 5% del PBI global y 24% del PBI Industrial, según la CAPEIDI, la influencia que tienen estas empresas en la económica llega a un 80% del producto interno bruto del país.

Las pequeñas y micro empresas, dedicadas al rubro de restaurantes en nuestro país en la ciudad de Tingo María son el punto para que muchas personas puedan reunirse a degustar

los diferentes platillos de variedad de sabores para los diferentes gustos. Por lo tanto, al mejorar la atención a los clientes en los restaurantes de Tingo María vamos a superar al prestado en otros lugares. Considerando que, si se ofrece un mejor servicio, obtendremos clientes satisfechos y los restaurantes obtendrán mejores resultados económicos y su beneficio económico tendrá consecuencias positivas.

La gestión de calidad de servicio en los restaurantes es primordial para fortalecer y mantener una relación entre las micro empresas y los clientes. Como actualmente no se está cumpliendo lo indicado, entonces podemos determinar que la falta de una buena gestión de calidad en atención al cliente es un problema latente en la ciudad de Tingo María, demostrando una falta de interés para favorecer las expectativas y necesidades de los usuarios.

La Gestión de Calidad predominara en la identificación y resolución de este problema, generando así oportunidades de cambio y toma de decisiones para mejorar la atención al cliente; de ser así, pasarán a ser un aspecto muy importante y valioso para los restaurantes. Considerando que la falta atención al cliente, se debe a que gran parte de los restaurantes ignoran lo que realmente espera el cliente de un servicio, no evaluando así las necesidades y expectativas de los mismos

Sin embargo, desde la perspectiva de los restaurantes, lo más importante es fortalecer la lealtad de los clientes lo cual es un proceso a largo plazo. Considerando que se implementen procesos de capacitación y mejoren los elementos tangibles y de empatía, se podrá obtener resultados favorables de inversión, esfuerzo y tiempo. Porque es esencial aumentar la confianza y fidelidad de los clientes a través de un servicio de calidad y buena atención.

De mismo modo, los resultados de la presente investigación podrá servir para realizar un paralelo con los antecedentes. Por lo antes expuesto se llega a plantear el siguiente problema de investigación.

¿Cuáles son las características principales de gestión de calidad en atención al cliente en las pymes, sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019?

Para darle solución a este problema de investigación, se plantearon lo siguiente: objetivo general y se ha planteado los siguientes objetivos específicos.

- Determinar características de Gestión De Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes en la Ciudad de Tingo María, 2019.
- Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.
- Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.
- Determinar características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

En pocas palabras, la presente investigación se justifica porque da respuesta a la necesidad de conocer a las características de una gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

La presente investigación servirá de referencia para que otras micro y pequeñas empresas puedan tomarlas en cuenta en situaciones similares. Los resultados del estudio servirán de base para realizar nuevas investigaciones en las micro y pequeñas empresas de este rubro, hacer un diagnóstico de las fortalezas y debilidades de la gestión de calidad.

De esta manera, la investigación realizada se justificará en los resultados obtenidos en las encuestas, donde se podrá identificar todas las debilidades de los restaurantes relacionados a la gestión de calidad.

Considerando que nuestra ciudad se caracteriza por tener una gastronomía exquisita, solamente los restaurantes que puedan involucrarse en conocer las necesidades y expectativas del cliente, podrá durar en este competitivo.

Esta investigación permitirá conocer si los restaurantes están cumpliendo con implementar una buena gestión de calidad. Porque de nada sirve que un restaurante tenga una “aparente calidad” si esta no es percibida mediante la satisfacción del cliente.

Se justifica porque permitirá identificar las características de los representantes de las mypes y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

Se justifica porque permitirá identificar las características de las Mypes y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

Se justifica porque permitirá identificar las características de gestión de calidad en atención al cliente en las Mypes y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

Partiendo de estos puntos logramos obtener los siguientes resultados: El 58% de los restaurantes encuestados si implementan una gestión de calidad en su empresa, El 59% de los restaurantes conocen las técnicas de atención al cliente, el 58% de los restaurantes encuestados tienen como dificultades el aprendizaje lento, el 83% de los restaurantes encuestados dieron a conocer que utilizan la técnica de observación, el 75% de los restaurantes encuestados que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 75% de los restaurantes si ayudan alcanzar los objetivos y metas trazados, el 67% de los restaurantes si conocen el termino atención al cliente, el 50% de los restaurantes si aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente, el 83% cree que es fundamental la atención al cliente, el 37% de los restaurantes encuestados utilizan la herramienta de la comunicación, el 50% de los restaurantes, influye las instalaciones como factor de la calidad de servicio que brinda a los

clientes, el 42% en los restaurantes encuestados la atención que brindan a los clientes es buena, el 59% de los restaurantes se está dando una mala atención al cliente porque no tiene suficiente personal capacitado, el 50% de los restaurantes encuestados lograron clientes satisfechos.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Pérez (2006) en la tesis titulada “Impacto y retorno de la Implementación y certificación de un sistema de Gestión de la calidad en Toconao Ltda”, como objetivo general en estudio es realizar la evaluación económica del proyecto, determinando el retorno de la inversión realizada, analizar los impactos más relevantes sobre los procesos de la organización, Identificar cuáles son los costos directos e indirectos asociados al diseño, implementación, certificación y mantención de un sistema de gestión de la calidad, se han planteado como objetivos específicos: Obtener el monto de los costos directos e indirectos, tanto globales como por etapas, cuantificar los beneficios (tanto directos como indirectos) en pesos, establecer qué % constituye los beneficios sobre la inversión, calcular el TIR del proyecto; se ha optado por una metodología flexible, debido a los distintos ámbitos en los que se ha debido indagar, privilegiando la aplicación de encuestas y el desarrollo de entrevistas, con la finalidad de conocer las percepciones de los trabajadores acerca del sistema de gestión de la calidad y de la realidad de la organización antes y después de la implementación del mismo. Conjuntamente con lo anterior, una exhaustiva revisión documental ha permitido, bajo ciertos supuestos, establecer el costo total (costos directos e indirectos) y cuantificar los beneficios relacionados con la implementación y mantención del sistema. En lo que concierne población y muestra se basa en el presente estudio de caso se definió como costo directo, a todo aquel generado como causa directa de una actividad

o acción realizada (contratación asesoría externa, pago de auditorías, pago a organismos capacitadores, etc.), así como también aquellos generados del aporte de insumos (papelería, tintas, timbres, etc.). Por otra parte, se han definido como costos indirectos todos aquellos que se generaron como consecuencia secundaria de la aplicación de la acción o actividad y que deben ser estimados a partir de registros existentes y hechos conocidos; en cuanto a los resultados se puede ver que posible calcular el TIR del proyecto, obteniéndose un 33% de tasa interna de retorno. Tras lo cual se ha confirmado la generación de beneficios mediante la implementación de este tipo de sistemas al reducir los re-procesos y pérdidas, especialmente en áreas logísticas, donde los tiempos de respuesta disminuyeron considerablemente, aumentando la calidad y lo oportuno de los servicios requeridos tanto interna como externamente. El presente estudio de caso plantea aspectos que debieran ser considerados al momento de optar por la implementación de un sistema como el analizado y destaca la importancia de obtener beneficios cuantificables por medio de este tipo de herramientas. Para muchas empresas el certificar se ha vuelto un fin en sí mismo, el presente estudio busca reposicionar la importancia de obtener casos de éxito a través de una evaluación de proyecto, planificación del mismo y monitoreo de sus resultados, de manera tal de generar beneficios tangibles para las organizaciones y en conclusión encontramos lo siguiente: En primer lugar, debe hacerse mención a la calidad de la información encontrada y a la validez de los supuestos asumidos. Los registros de la empresa, si bien se encontraban ordenados de acuerdo a lo indicado en sus procedimientos de gestión de los documentos y registros, carecen de valor real, por cuanto no han sido utilizados para el monitoreo y mejora de los procesos, sólo se almacenan para cumplir con los requerimientos del sistema. La calidad de la información recopilada no garantiza la validez del estudio, por cuanto fue generada en un período de aprendizaje de la organización, donde se deben haber cometido muchos errores, tanto de contenido como de omisión. En todo caso se piensa, en base a la experiencia y conocimiento personal de la empresa, que los datos de entrada se ajustan bastante a la realidad promedio de

Toconao Ltda, en los años analizados. Respecto a los supuestos realizados, éstos resultan bastante razonables. El único supuesto cuestionable podría ser la cuantificación que se realizó de la percepción del cliente a través del incremento de las ventas y las utilidades generadas, ya que el aumento de las ventas podría deberse a la incorporación de nuevos clientes que no podrían haber influenciado su decisión a través de la mejora en el posicionamiento y a la mayor actividad registrada el 2004 y 2005 en la Gran Minería, producto del precio del cobre. Independientemente de lo anterior parece razonable suponer que el reconocimiento del cliente provendría por medio de un mayor número de adjudicaciones o de montos más importantes, por tratarse de trabajos más especializados o de mayor magnitud y que los nuevos clientes fueron captados gracias a la imagen y posicionamiento que la empresa logró en los últimos años. Los montos involucrados tanto para los costos como para los beneficios, son bastante mayores que los que la empresa estimaba a primera vista. En este aspecto llama enormemente la atención la estructura de los costos totales, ya que los indirectos son prácticamente iguales a los directos, esto se vuelve aún más importante si consideramos que probablemente los costos directos son los que presentan un mayor grado de exactitud ya que figuran en los informes de costo de la empresa, mientras que los costos indirectos fueron estimados en base a registros de reuniones, capacitaciones y otros que podrían estar incompletos, debe considerarse probable que muchas de las capacitaciones y de las reuniones no cuenten con su acta de asistencia. Lo anterior debe tenerse en cuenta al momento de tomar la decisión de implementar un SGC, el que los costos indirectos dupliquen el costo total es un hecho relevante que debe ser considerado a la hora de asignar recursos y que debe centrar la atención en una adecuada gestión de los tiempos y uso de los recursos asignados. Toconao Ltda sólo consideró algunos de los costos involucrados en el proyecto: la cuota que se debía pagar a la CORFO por participar del PROFO que proveyó de la asesoría externa y un coordinador general, además del valor de las auditorías de certificación y seguimiento. No consideró siquiera las remuneraciones del Representante de la Gerencia, ya que se trataba de un

trabajador de la empresa. Estos temas nos revelan la poca profundidad con que pueden realizarse los proyectos de desarrollo interno, más aún en las PYMES, donde la falta de planificación y personal, muchas veces dificulta una profundidad en el análisis y las envuelve en los problemas del día a día. El presente estudio sólo consideró algunos aspectos, de acuerdo a la información disponible, dejando de lado otros de importancia tales como el aumento de competencias y habilidades de su personal, lo que podría monitorearse mediante las evaluaciones de desempeño, aunque no se considera aún una fuente de información fidedigna, debido principalmente a la falta de comprensión acerca de la utilidad de la misma, por parte de la línea de mando. Además de lo anterior el sistema, a través de sus descripciones de cargo, hizo notar la importancia de comenzar un proceso de profesionalización el que fue iniciado a mediados del 2005. El análisis ha dejado de manifiesto la importancia de realizar una evaluación antes de implementar un sistema de gestión de la calidad en cualquier organización, con la finalidad de establecer si los costos involucrados en el proyecto son compensados con los beneficios que se proyecta obtener. Una vez identificada la situación real deben establecerse las metas y elaborar planes de trabajo y asignación de recursos acordes con las brechas identificadas y con las capacidades de la organización. Es importante recordar lo importante que es la generación de utilidades y beneficios y enfocar los recursos en los temas vitales, no se trata de medir cada aspecto si no determinar cuáles son los temas más críticos e incidentes y sobre ellos aplicar un control sistemático. Al igual que en cualquier proyecto, el detectar desviaciones tempranas permite una toma de decisiones oportuna que debiera contribuir al éxito del mismo.

Chavez (2018) en la tesis titulado “Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes Turísticos en el Distrito de Chimbote, 2016”, el nivel de investigación es descriptivo, su objetivo general en estudio fue determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el Distrito de

Chimbote, 2016, entre sus objetivos específicos tenemos, Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. La metodología en esta tesis fue de no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el Distrito de Chimbote, 2016, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones, también se dice que fue transversal por qué el estudio, Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector, servicios rubro restaurantes turísticos en el Distrito de Chimbote, 2016, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2016), Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el Distrito de Chimbote, 2016 y Fue cuantitativa, porque tuvo una estructura con la cual se puedo medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación, la investigación fue descriptiva, la población del estudio estuvo conformada por 6 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. La cual se obtuvo mediante un sondeo, y la muestra estuvo conformada por la totalidad de la población, es decir por 6 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016; Obteniéndose los siguientes resultados. El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 66,7% son de género masculino. El 50% tienen instrucción superior universitaria. El 66,6% de las micro y pequeñas empresas tiñen más de 7 años en el rubro. El 50% tienen entre 6 a 10 colaboradores. El 100% se formaron para generar ganancias. El 100% de los representantes conocen del término gestión de calidad. El

50% miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 100% consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 100% aplican la gestión de calidad en el servicio. El 66,7% consideran que brinda una buena atención.

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

Bueno (2018) en la tesis titulado Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización 21 de abril, Chimbote, Perú 2016; se han planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características del gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes

en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril. Chimbote, 2016; la metodología que se utilizó es el diseño NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril, Chimbote, 2016, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. Fue transversal por qué el estudio “Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril, Chimbote, 2016”, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2016. Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril, Chimbote, 2016; la población en estudio estuvo conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes en la Urb. 21 de abril, Chimbote, 2016 la cual se obtuvo mediante un sondeo y la muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril, Chimbote, 2016; se llegaron a los siguientes resultados, el 60,9% son de género masculino, el 52,2% de los administradores o gerentes fluctúan entre los 18 y 30 años de edad, el 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% tiene 3 años en actividad. El 65,2% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores. El 69,6% tienen formalizado sus MYPES. El 65,2% mantienen a sus trabajadores de manera informal. El 100% no cuenta estándares de calidad ISO. El 60,9% aplica una gestión de calidad. El 56,6% utiliza la mejora continua como una

técnica de gestión. El 47,8% se considera como dueño ante sus trabajadores. El 78,3% realiza capacitación orientada al servicio. El 39,1% de micro y pequeñas empresas encuestadas tienen como prioridad el precio ante sus proveedores; llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes son personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo existe igualdad en el porcentaje de ambos géneros masculino y femenino, cuentan con un grado de instrucción de estudios secundarios completos, presentan el cargo dueños y finalmente llevan en el cargo de 4 a 6 años, el tiempo de permanencia en el rubro de las Micro y pequeñas empresas es de 4 a 6 años, cuentan con un número de trabajadores 1 a 5, el tipo de personas no presentan rasgos familiares y finalmente el objetivo de la Mypes es generar ganancias, la mayoría de los representantes no conocen el término de gestión de calidad, pero aplican la técnica de atención al cliente, consideran que el personal tiene poca iniciativa lo cual dificulta la implementación de la gestión, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, así mismo consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el término atención al cliente, a veces aplican gestión de calidad en el servicio, consideran que a veces la atención es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, aseguran que el factor más importante para la buena atención es la atención personalizada, la mayoría considera que se está dando una mala atención al cliente por falta de personal y finalmente una minoría han logrado fidelizar a los clientes.

Bedoya (2018) en la tesis titulada Gestión de calidad en la Capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017; la presente investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017; Y los objetivos específicos son: Determinar las principales características de los representantes de la Micro y pequeñas

empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. Determinar las principales características de la Gestión de calidad en la capacitación del sector servicio, rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017; la metodología fue de no experimental porque no se manipulo deliberadamente a la variable, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto con la finalidad de poder analizar los resultados obtenidos de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. Por otro lado, la investigación fue descriptiva porque se limitó a describir las variables en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017; con una población de 20 micro y pequeñas empresas, que está conformada por los propietarios legales de las micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro Restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017 y una muestra dirigida de 10 micros y pequeñas empresas del sector servicio- rubro Restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017. Quienes optaron por brindarnos la información para la realización de la presente investigación; Obteniendo los siguientes resultados: el 50% tiene de 51 a más años, el 80% son de sexo femenino, el 50% tiene el grado de instrucción secundaria, el 80% son dueños de su negocio, el 60% tiene de 7 a más años en el cargo, el 60% de las Mypes tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 70% cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 60% no son familiares, el 80% de las Mypes se crearon para generar ganancias, el 50% conoce la técnica lluvia de ideas, el 50% tiene dificultades para la implementación de gestión de calidad, el 60% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, el 50% se capacita en manejo empresarial . Se concluye que los representantes de las Mypes a pesar de no tener un buen grado académico optaron por crear su propio negocio y no depender de un empleador y también no cuentan con

capacitaciones constantemente y pesar de ello comparten con sus colaboradores a través de lluvia de ideas para el buen manejo de manera eficiente para poder generar las ganancias.

En conclusión : Referente a los representantes de las Micro y pequeñas empresas Se concluye que la mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, tienen la edad de 51 a más años, son de género femenino, tienen el grado de instrucción secundaria, el cargo que desempeñan son dueños, y el tiempo que desempeñan en el cargo es de 7 a más años, esto nos indica que la mayoría de los representantes están siendo dirigidas por persona adultas tienen conocimiento y experiencia para dirigir este tipo de negocio como es el rubro restaurantes donde demuestran el talento humano, Referente a las Micro y pequeñas empresas. Se concluye que la mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, tienen una permanencia de la empresa en el rubro de 7 a más años, con 1 a 5 trabajadores, además las personas que trabajan no son familiares y finalmente el objetivo de la creación de la empresa es para generar ganancias, esto nos demuestra la capacidad y creatividad de los representantes y sus colaboradores muy eficiente y productivos para poder satisfacer las necesidades de sus clientes y la de ellos, Referente a la gestión de calidad en la capacitación de las micro y pequeñas empresas. Se concluye que la mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, si conocen termino de gestión de calidad lluvia de ideas, pero señalan que tienen dificultades para la implementación por la poca iniciativa de parte de sus colaboradores, la técnica que utilizan para medir el rendimiento del personal utiliza la observación es más fácil ver las habilidades de cada personal, señalan que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, a pesar de ello a veces reciben capacitación la mayoría dos veces en el curso manejo empresarial.

Castillo (2018) en la tesis titulada Gestión de la calidad con el uso del outsourcing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro restaurantes de la ciudad De Tingo María, Año 2017; tiene como objetivo general, determinar la Gestión de la Calidad con el uso outsourcing de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, entre sus objetivos específicos podemos ver determinar la Gestión de la calidad con el uso del Outsourcing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas 2 empresas del sector comercio - rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, determinar las principales características de las micro y de pequeñas empresas del sector comercio - rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, determinar las principales características de la Gestión de la calidad y del outsourcing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María, año 2017, la metodología que se utilizo es de diseño no experimental, descriptivo M =>O Donde: M = Muestra conformadas por restaurantes O = Observación de la variable: Gestión de la calidad con el uso del Outsourcing, donde Población está conformada por veintiséis y muestra es el estudio de doce restaurantes, de la ciudad de Tingo María; Los resultados obtenidos en la investigación son los siguientes: las edades de los representantes legales de los restaurantes, el 42% de los que conducen pertenecen a cada grupo entre las edades de 18 a 30 años y 31 a 50 años, además el 67% son del género masculino; en un 58% de 4 a 6 años se consolidaron en el mercado, en 100% tienen de 1 a 5 trabajadores, con un 75% trabajan entre familias; estos negocios se posicionaron con un 50% con el mercado en un periodo de 4 a 6 años; sobre la Gestión de la Calidad afirman tener conocimiento en un 67%, utilizan Benchmarking, Red corporativa Empoderamiento en un 67%; desconocen el término outsourcing en un 100%, creen que existe ventajas en el sistema de outsourcing en el 58%, contrataría servicios de outsourcing como respuesta “posible” en un 42%; en conclusión

podemos ver: Sobre las características de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas. En una mayoría significativa de los microempresarios comprendidas entre las edades de 18 a 30 años y 31 a 50 años, así como son del sexo masculino, menos de la mitad tienen la educación secundaria y tienen experiencia más de la mitad de población empresarial en un periodo de tiempo de 4-6 años y toman decepciones en sus negocios por sus experiencias, Características de las micro y pequeñas empresas del sector vinícola de la ciudad de Tingo María. Los negocios de la gastronomía, más de la mitad se posicionaron en un periodo de tiempo de 4 a 6 años, en su totalidad tienen personal entre 1 y 5 trabajadores, por lo general integrado por familias con la finalidad de ser rentables, Con respecto a las características Gestión de la calidad y el outsourcing de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la ciudad de Tingo María. La mayoría de los micro emprendedores entienden a la gestión de calidad, aplican técnicas de Benchmarking, Red Corporativa y Capacitación, para aprendizaje es lento, acompañado con la experiencia de esta actividad económica, la productividad mide a través de la observación. El outsourcing poco conocido por los Microempresarios con ese término, en su mayoría existe un desconocimiento, cuando le aclara que es un servicio tercerizado más de la mitad cree que tiene ventajas especialmente si ofertan con costos que se puedan acceder favorablemente, afirman evaluaría la contratación y con condiciones de la oferta.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Gestión

Chiavenato (2006) la gestión, es un proceso integrado destinado a crear, organizar, diseminar e intensificar el conocimiento para mejorar el desempeño global de la organización.

Enrique (2007) manifiesta que los Indicadores de gestión se utilizan en el proceso administrativo para: Controlar la operación. Prevenir e identificar desviaciones que impidan el

cumplimiento de los objetivos estratégicos. Verificar el logro de las metas e identificar desviaciones.

Calidad

Roberto y Daniel (2006) define a la calidad como “la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas. Una característica del llamado TQM (Total Quality Management, Administración de la Calidad Total) es la prevención, de manera de eliminar los problemas antes que estos aparezcan. Se trata de crear un medio ambiente en la empresa que responda rápidamente a las necesidades y requerimientos de los clientes.

Importancia de la Calidad

Particularmente la calidad afecta a una micro empresa de cuatro maneras:

- Costos y participación del mercado. - Las mejoras en la calidad llevan a una mayor participación en el mercado y ahorros en los costos por disminución de fallas.
- Prestigio de la Organización. - La calidad surgirá por la percepción que los clientes tengan sobre los productos de la empresa y también por las prácticas de los empleados.
- Responsabilidad por los productos. - Las organizaciones que diseñan o elaboran productos o servicios defectuosos pueden ser responsabilizadas por daños o lesiones que resulten de su uso.
- Implicaciones internacionales. - En este momento de globalización, la calidad es un asunto internacional. Tanto para una micro empresa como para un país.

Garantizar un producto significa que tenga un servicio de post-venta, por la cual podremos garantizar la fiabilidad de la calidad, de tal manera que podremos prolongar su duración en relación a la buena compatibilidad de la satisfacción del consumidor.

Gestión de calidad

Camisón, Cruz y Gonzales (2006) indica que el enfoque técnico de la calidad, bien plasmado en el control estadísticos de procesos, parte de una Gestión de Calidad como una colección de métodos, utilizables y aisladamente para el control de la calidad de los productos y procesos. Por lo tanto, concibe a la Gestión de Calidad como un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo.

Atención al cliente

Pérez (2006) indica que la calidad esta en relación al cliente por lo cual esta representa una herramienta estratégica que permitirá dar un valor añadido a los consumidores en función a la oferta entre los competidores por lo cual se lograra una mayor percepción diferenciándose en las ofertas empresariales. Toda empresa debe considerar al cliente de acuerdo a sus necesidades y expectativas y debe plasmarlo en las políticas que implanta la empresa.

López (2013) manifiesta que se debe establecer los principios de acuerdo a la atención al cliente por lo cual se debe valorar la calidad en relación a la atención que esta recibe. Fundamentalmente debe de estar basado en mejorar la política de la empresa, todo servicio al cliente debe de estar dirigido en lograr la satisfacción deseada de acuerdo a sus expectativas, por lo que debemos garantizar en producir la cantidad deseada con la cantidad optima el tiempo de acuerdo a lo planificado y el precio en relación a la calidad y a las expectativas del cliente.

El servicio brindado los consumidores tienen características que están orientado a la persona o grupo de estas especialmente están basados en la atención al cliente. Por lo cual la personalización en los servicios de atención al cliente lo hace especial desde el punto de vista psicológico. Las expectativas de la calidad en función de la atención al cliente debe plasmarse

en las políticas así como en las normas y los procedimientos que se involucraran a todo el personal de la empresa.

Ventajas de Atención al Cliente

- Mayor lealtad de consumidores
- Incremento de ventas y la rentabilidad
- Más clientes nuevos captados a través de la comunicación
- Menores gastos en actividades de Marketing
- Menos quejas y reclamaciones
- Mejor imagen y reputación de la empresa
- Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores
- Un mejor clima de trabajo interno
- Menor rotación del personal
- Una mayor participación del mercado

Tigano (1994) manifiesta que todo lo que implica ser bien atendido, como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, ser ayudado y además, invitado a regresar. No debemos dar lugar a la apatía, la indiferencia o el desprecio y debemos despojarnos de nuestros prejuicios motivados por la impresión o apariencia que muestra el cliente.

El proceso de atención al cliente se desarrolla en varias fases:

- Acogida o saludo: La voz debe ser clara, positiva y demostrando interés.
- Desarrollo: Se debe escuchar sin interrumpir ni emitir juicios de valor. Una vez detectado el problema, se busca una solución de común acuerdo y se establece de forma de cumplir con lo acordado.
- Termina: En caso de necesitar seguimiento, se le informa al cliente y se le explica cómo se hará.

Marco conceptual:

Definición de las Micro y pequeñas empresas

Son aquellas entidades económicas que buscan ejercer diferentes actividades así sea de transformación, producción o de servicios para un fin provechoso y son conocidas como micro y pequeñas empresas cuando las ventas anuales no pasan de 857 UIT.

Las micro y pequeñas empresas en Tingo María

Actualmente hoy en las Mypes del sector servicio rubro restaurante en la ciudad de Tingo María, en la ciudad actúan de forma experimental, sin embargo, conocen muchos medios de comunicación, por lo cual reciben informaciones d como administrar su negocio y realizar las actividades diarias por medio de amistades y familiares que tuvieron alguna asesoría por internet o también por televisión, consejos de como dirigir el manejo del recurso humano.

Definición de los restaurantes

Los restaurantes son un establecimiento comercial, son aquellas entidades que se especializan en la atención y satisfacción de los clientes.

Concepto de restaurantes en Tingo María

Las Mypes de restaurantes ubicadas en la ciudad de Tingo María, ofrecen todo tipo de comidas y bebidas a sus consumidores y clientes, están organizados por un número de personas que laboran, comenzando con el chef que en la mayoría de las veces son los dueños, encargados de preparar todo tipo de comidas y bebidas. El chef cuenta con diferentes tipos de empleados, empezando por el que ayuda a realizar todas las compras, los ayudantes de cocina, el mozo para la buena atención al cliente o cualquier necesidad que tenga el consumidor.

III. Hipótesis

La investigación denominada “la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Mypes, sector servicio, rubro Restaurantes de la ciudad de Tingo María - 2019”, no se elabora hipótesis por ser descriptiva.

IV.METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

En el presente trabajo de investigación se ocupará el diseño no experimental –transversal. Sera no experimental por que no se intervendrá en el ambiente en que se desarrolla el presente estudio de la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Mypes, sector servicio, rubro Restaurantes en la ciudad de Tingo María – 2019, ósea no habrá manipulación de la variable. Sera transversal porque se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, con el propósito de describir la variable en el estudio de investigación la Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Mypes, sector servicio, rubro Restaurantes en la ciudad de Tingo María – 2019.

4.2 Población y muestra

Universo

La información que se manejó en la ejecución del presente trabajo, se tomara en cuenta una población de 25 mypes del sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María – 2019.

Muestra

La muestra es una parte de la población con la que se llevará a cabo la investigación, de acuerdo con ciertos criterios de la misma.

Se utilizará una muestra dirigida a las 12 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante en la ciudad de Tingo María.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicador	Mediciones
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Edad	a) 18 – 30 años b) 31- 50 años c) 51a más años	Cuantitativa
		Genero	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	a) Sin instrucción b) Educación básica c) Superior no universitario d) Superior universitario	Nominal
		Cargo que desempeña	a) Dueño b) Administrador	Nominal
		Tiempo que desempeña el cargo	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a mas	Nominal
variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicador	Mediciones
Perfil de las micro y pequeñas empresas	Principales características de las micro y pequeñas empresas	Cuanto tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Nominal
		Número de trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores	Nominal
		Trabajadores	a) Familiares b) Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación	a) Generar ganancias b) Subsistencia	Nominal

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicador	Mediciones
Gestión de la calidad en atención al cliente	La gestión de calidad es un conjunto de actividades y procesos que permite establecer políticas de calidad para una gestión de calidad. Atención al cliente está enfocada en procesos diversos que tiene como objeto obtener una fidelización de clientes en base a sus necesidades.	Conoce el termino gestión de calidad.	a) Si b) No c) Tiene cierto conocimiento	Nominal
		Técnicas modernas de gestión de calidad	a) Benchmarking b) Atención al cliente c) Empowerment d) La 5 s e) Outsourcing f) otros	Nominal
		Dificultades que tiene el personal para la implementación de la gestión de calidad	a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto e) Otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal.	a) Observación b) Evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) Otros	Nominal
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Si b) No	Nominal
		La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa	a) si b) No c) A veces	Nominal
VARIABLES	Definición de la variable	Dimensiones	Indicador	Mediciones

Gestión de la calidad en atención al cliente	La gestión de calidad son conjuntos de actividades que nos permiten dirigir políticas de gestión de calidad. Marketing es un conjunto de actividades que nos ayuda a conocer las necesidades y deseos de los clientes para luego buscar la forma de satisfacer sus necesidades.	Conoce el termino de gestión de calidad	a) Si b) No c) Tiene cierto conocimiento	Nominal
		Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	a) Si b) No c) A veces	Nominal
		Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento	a) Si b) No	Nominal
		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	a) comunicación b) confianza c) retroalimentación d) ninguno	Nominal
		Principales factores que para la calidad al servicio que brinda	a) atención personalizada b) rapidez en la entrega de los productos c) las instalaciones d) ninguna	Nominal
		Atención que brinda a los clientes	a) buena. b) regular c) malo	Nominal

		Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> a) no tiene suficiente personal b) por una mala organización de los trabajadores c) si brindan una buena atención al cliente 	Nominal
		Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> a) clientes satisfechos b) fidelización de los clientes c) posicionamiento de la empresa d) incremento en las ventas 	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

- Encuesta: Esta técnica nos permitió realizar la búsqueda sistemática de información en la que el investigador preguntó a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener

Instrumento de recolección de datos

- Cuestionario: Sirvió para determinar cuáles son las características de la Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María - 2019

4.5 Plan de análisis:

Se organizó y se procesó los datos de forma computarizada, a fin de obtener resultados más eficientes, teniendo en cuenta las variables de investigación. El software que se utilizaron son:

- Microsoft Office: Excel

Excel es un Software de aplicación que ofrece Office a través del cual se realizó operaciones con números organizados en una cuadrícula, implementar de fórmulas, crear gráficas, realizar cálculos probabilísticos, análisis de datos, estadística descriptiva, entre otras acciones.

Para el análisis del resultado se utilizará el programa de Microsoft Word, que va a permitir realizar la descripción.

4.6 Matriz de consistencia

Titulo	Enunciado del problema	objetivos	Variable	Universo y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios en la ciudad de Tingo María, 2019.	¿Cuáles son las características principales de gestión de calidad en atención al cliente en las pymes, sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019?	<p>Objetivo General: Determinar características de Gestión De Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Restaurantes en la Ciudad de Tingo María, 2019.</p> <p>Objetivo Específico: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector</p>	Gestión de Calidad en Atención al Cliente.	<p>Universo: La información que se manejó en la ejecución del presente trabajo, se tomara en cuenta una población de 12 mYPES del sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María – 2019.</p> <p>Muestra: La muestra es una parte de la población con la que se llevará a cabo la investigación, de acuerdo con ciertos criterios de la misma.</p>	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental – Transversal</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

		servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019. Determinar características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.		Se utilizará una muestra dirigida a las 12 micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante en la ciudad de Tingo María, 2019.		
--	--	---	--	---	--	--

4.7 Principios éticos

Para la investigación Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, rubro Restaurantes en la ciudad de Tingo María 2019, se consideró los siguientes principios éticos:

- Autonomía: Por ser un tema que se escogió de manera libre y voluntaria para su estudio de investigación, considerando a la gestión de calidad en atención al cliente como una variable muy interesante de estudio.
- Confiabilidad: Para esta investigación se utilizaron datos reales e información fiable, respetando los derechos del autor y se utilizó la fuente real sin alteraciones.
- Respeto: Se guardó respeto a todos los involucrados en el proceso de esta investigación, desde el investigador hasta el asesor, como también a todos los autores, sin hacer discriminación de su nacionalidad, raza, sexo o estado social y económico.

V. Resultados

5.1 Resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

Datos generales	Nº de Mypes	Porcentaje
Edad		
18 a 30 años	2	17
31 a 50 años	7	58
De 51 a más años	3	25
Total	12	100
Género		
Masculino	7	60
Femenino	5	40
Total	12	100
Instrucción		
Sin Instrucción	0	0
Educación básica	6	50
Superior no universitario	3	25
Superior universitario	3	25
Total	12	100
Cargo		
a) Dueño	9	75
b) Administrador	3	25
Total	12	100
Permanencia		
De 0 a 3 años	2	16
De 4 a 6 años	2	17
De 7 a más años	8	67

Total	12	100
--------------	-----------	------------

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas del rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

Datos generales	Nº de Mypes	Porcentaje
Características		
De 0 a 3 años	2	17
De 4 a 6 años	3	25
De 7 a más años	7	58
Total	12	100
Trabajadores		
1 a 5	10	83
6 a 10	2	17
11 a más trabajadores	0	0
Total	12	100
Trabajadores		
Familiares	9	75
No familiares	3	25
Total	12	100
Objetivo		
Generar ganancia	9	75
Subsistencia	3	25
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

Tabla 3. Características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

Termino de Gestión		
Sí	7	58
No	3	25
Tengo cierto conocimiento	2	17
Total	12	100
Técnicas		
Benchmarking	3	25
Atención al cliente	7	59
Empowerment	1	8

Las 5 s	0	0
Outsourcing	1	8
Otros	0	0
Total	12	100
Dificultades		
Poca iniciativa	2	17
Aprendizaje lento	7	58
No se adapta a los cambios	1	8
Desconocimiento del puesto	2	17
Otros	0	17
Total	12	100
Medición		
Observación	10	83
Evaluación	2	17
Escala de puntuaciones	0	0
Evaluación de 360°	0	0
Otros	0	0
Total	12	100
Contribuye		
Si	9	75
No	3	25
Total	12	100
Objetivos y metas		
Si	9	75
No	1	8
A veces	2	17
Total	12	100
Termino de atención		
Si	8	67
No	1	8
Tengo cierto conocimiento	3	25
Total	12	100
Servicio al cliente		
Si	6	50
No	4	33
A veces	2	17
Total	12	100
Atención al cliente		
Si	10	83
No	2	17
Total	12	100
Herramientas		
Comunicación	4	36

Confianza	4	37
Retroalimentación	3	27
Ninguno	1	0
Total	12	100
Factores de calidad		
Atención personalizada	2	17
Rapidez en la entrega de los productos	4	33
Las instalaciones	6	50
Ninguno	0	0
Total	12	100
Atención al cliente		
Buena	5	42
Regular	2	17
Malo	5	41
Total	12	100
Atención al cliente		
No tiene suficiente personal	7	59
Por una mala organización de los trabajadores	4	33
Si brindan una buena atenc. al cliente	1	8
Total	12	100
Resultado de atención		
Clientes Satisfechos	6	50
Fidelización de los clientes	4	34
Posicionam. empresarial	1	8
Incremento de la empresa	1	8
Total	12	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

5.2 Análisis de resultados

Objetivo I

- El 58% de los representantes tienen una edad de 31 a 50 años, esto coincide con Chaves (2018) que manifiesta que el 50% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, dando así a conocer un grado de madurez y responsabilidad al brindar dicha información en la encuesta realizada.

- El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo masculino, y esto se asemeja a los de Chaves (2018) quien encontró que el 66,7% de los encuestados son de sexo masculino, esto nos indica que la mayoría de los emprendedores son del mismo género.
- El 50% de los representantes tienen un grado de instrucción educación básica, esto se difiere con Chaves (2018) que manifiesta que el 50% tienen instrucción superior universitaria, es decir, que la mitad de estos emprendedores son negociantes empíricos.
- El 75% de los representantes son dueños, esto se asemeja con Bedoya (2018) que manifiesta que el 80% son dueños de su negocio, esto nos indica que a pesar de no tener un buen grado académico optaron por crear su propio negocio.
- El 67% de los restaurantes encuestadas que tienen un tiempo que desempeña en el rubro de 7 a más años, esto coincide con Chaves (2018) quien demostró que el 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, demostrando que dichas mypes son estables en el tiempo.

Objetivo II

- El 58% de los restaurantes encuestados llegan a tener un tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años, esto coincide con Bedoya (2018) que manifiesta que el 60% de las Mypes tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, es decir que tienen un posicionamiento en el mercado de la gastronomía.
- El 83% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, esto coincide con Bedoya (2018) quien manifiesta que el 70% cuentan con 1 a 5 trabajadores; es decir que significativamente estas mypes tienen un personal reducido.

- El 75% de los representantes de las mypes son familiares, esto se difiere con Bedoya (2018) quien mostro que el 60% no son familiares; esto quiere decir que en su mayoría están compuestos por padres e hijos entre otros.
- El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas plasmaron que generan ganancias, esto se asemeja con Bedoya (2018) quien manifiesta que el 80% de las mypes se crearon para generar ganancias, quiere decir que las mypes fueron creadas con la finalidad de sostenerse en el tiempo.

Objetivo III

- El 58% de los restaurantes encuestados si implementan una gestión de calidad en su empresa, esto se coincide con Bueno (2018) manifiesta que el 60,9% aplica una gestión de calidad, es decir que más de la mitad de las mypes que realizan actividades gastronómicas aplican la gestión de calidad.
- El 59% de los restaurantes conocen las técnicas de atención al cliente, esto difiere con Bueno (2018) quien mostro el 56,6% utiliza la mejora continua como técnica de gestión, es decir superior a la media, se preocupan a la satisfacción de los clientes brindando una buena atención.
- El 58% de los restaurantes encuestados tienen como dificultades el aprendizaje lento, esto se difiere con Bedoya (2018) quien manifiesta el 50% tiene dificultades para la implementación de gestión de calidad, es decir tienen poco interés de aplicar la gestión de calidad en sus mypes.
- El 83% de los restaurantes encuestados dieron a conocer que utilizan la técnica de observación, esto coincide con Bedoya (2018) que manifiesta que el 60% utiliza la observación para medir el rendimiento personal, se entiende que el emprendedor utiliza la técnica de la observación para evaluar las destrezas y habilidades del personal.

- El 75% de los restaurantes encuestados que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, esto coincide con Chávez (2018) quien manifiesta que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, en forma relevante la gestión de la calidad mejora el desarrollo empresarial.
- El 75% de los restaurantes si ayudan alcanzar los objetivos y metas trazados, el rubro de la actividad gastronómica, la gestión de la calidad es una herramienta que permite desarrollar empresarialmente.
- El 67% de los restaurantes si conocen el termino atención al cliente, esto significa que los restaurantes se preocupan en la plena satisfacción del cliente a través de una buena atención.
- El 50% de los restaurantes si aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente, esto coincide con Chávez (2018) manifiesta que el 100% aplican la gestión de calidad en el servicio,
- El 83% cree que es fundamental la atención al cliente, esto quiere decir que trabajan en la fidelización del cliente con una atención personalizada.
- El 37% de los restaurantes encuestados utilizan la herramienta de la comunicación, con la finalidad de implementar el liderazgo y conseguir mejores resultados referente a la gestión.
- El 50% de los restaurantes, influye las instalaciones como factor de la calidad de servicio que brinda a los clientes.
- El 42% en los restaurantes encuestados la atención que brindan a los clientes es buena, esto coincide con Chávez (2018) manifiesta que el 66,7% consideran que brindan una buena atención,

- El 59% de los restaurantes se está dando una mala atención al cliente porque no tiene suficiente personal capacitado, es decir la limitación económica restringen una capacitación que pueda responder la expectativa del cliente.
- El 50% de los restaurantes encuestados lograron clientes satisfechos, brindando una buena atención, es decir que los restaurantes se preocupan en la variedad de los productos gastronómicos y una buena atención al cliente para satisfacerlos.

VI. CONCLUSIONES

Para culminar esta investigación se llegó a la siguiente conclusión:

- La mayoría (58%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, de igual manera la mayoría (60%) son de género masculino, la mitad (50%) tienen el grado de instrucción educación básica, en su mayoría (75%) los que desempeñan el cargo son dueños, la mayoría (67%) de los representantes tienen una permanencia de 7 a más años en el mercado, es decir que los gestores de las pymes tiene la edad suficiente para dirigir con cierta experiencia y además son del género masculino en su mayoría.
- La mayoría (58%) las Mypes tienen una antigüedad de 7 a más años, en su mayoría (83%) tiene de 1 a 5 trabajadores, además en la mayoría el (75%) de las personas que trabajan son sus familiares, en su mayoría (75%) tiene como objetivo generara ganancias, es decir están posicionados en el mercado trabajando con un personal reducido para optimizar los recursos de la organización.
- La mayoría (58%) de los representantes tiene conocimiento de gestión de calidad, en su mayoría (59%) utiliza la técnica de atención al cliente, la mayoría (58%) tiene un aprendizaje lento, la mayoría el (83%) mide el rendimiento de su personal por la observación, en su mayoría (75%) contribuyen con el mejor rendimiento de la Mypes, la mayoría el (75%) si ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas, en su mayoría el

(67%) conoce el termino de atención al cliente, la mitad (50%) si aplica la gestión de calidad, la mayoría el (83%) si cree que la atención al cliente es fundamental, la mayoría simple el (37%) utiliza como herramienta la confianza, la mitad el (50%) usa como factores las instalaciones, la mayoría simple el (42%) brinda una buena atención a los clientes, en su mayoría el (59%) considera que no tiene suficiente personal, la mitad el (50%) han logrado clientes satisfechos brindando una buena atención, se deduce que aplica la gestión de calidad en un alto porcentaje con el uso de atención al cliente con la finalidad d fidelizar a estos, e incrementar la satisfacción de los productos y servicios comercializados.

- El cliente se ha beneficiado a través de la venta de productos gastronómicos articulando la calidad y el precio competitivo además de cierta exquisitez de estos productos al agrado de los clientes.

Recomendaciones:

- Se sugiere a los representantes de las micro y pequeñas empresas, que puedan ejercer estudios superiores para que así les pueda permitir crecer intelectualmente, y así poder aumentar su nivel de conocimiento.
- Igualmente, se les recomienda a los representantes de las micro y pequeñas empresas, mostrar un cambio de actitud, en base al progreso y sepan donde se encuentra como empresa y hacia dónde quiere llegar.
- Por último, se les recomienda a las micro y pequeñas empresas, organizar sus actividades, en relación a gestión de calidad en atención al cliente, esto les ayudara a conocer exactamente procesos de mejora para que puedan brindar una buena atención y satisfacción al cliente.

Referencias Bibliográficas

- Camison, C., Cruz, S., & Tomas, G. (2006). *introduccion a la teoria general de la administracion* . Santa Fe-mexico: McGraw-Hill.
- Carro Paz, R. G. (2006). *Gestion de la Calidad*. España: Pearson Educacion .
- Castillo, T. P. (2018). *Gestión de la Calidad con el uso del Outsourcing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Restaurantes de la ciudad de Tingo María, Año 2017*. Tingo Maria: Uladech.
- Chavez Paredes, E. (2018). *Gestión de calidad en Atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el Distrito de Chimbote, 2016*. Chimbote: Uladech.
- Chiavenato, I. (2006). *Introduccion a la teoria general de la administracion*. Mexico: McGraw-Hill.
- Enrique Benjamin, F. (2007). *Auditoria Administrativa. Gestion Estrategica*. Mexico: Pearson Educacion.
- Lopez Parra, M. E. (2013). *importancia de la calidad del servicio al cliente*. Mexico: Taller grafico del instituto tecnologico de sonora .
- Paola, M. B. (2018). *Gestión de Calidad en Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro Restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016*. Chimbote: Uladech.

Perez Torres, V. C. (2006). *Calidad total en la atencion al cliente*. España: Ideaspropias.

Pérez, H. M. (2006). *Impacto y retorno de la Implementación y Certificación de un sistema de Gestión de la Calidad en Toconao Ltda.* Chile: Universidad de Chile.

Tigano, D. (1994). *introduccion al control de calidad* . argentina: Liderazgo.

Valentin, L. M. (2018). *Gestión de Calidad en la Capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Restaurantes de la ciudad de Tingo María, Año 2017.* Tingo Maria: Uladech.

Tabla de sondeo

Razón social de las Mypes	Dirección
Tacacheria, Jugueria “El Encanto de la Selva N° 2”	Alameda Perú N° 288
Restaurante “GINO”	Km. 4.5 Carretera Central Tingo María – Pucallpa – CP Mapresa
Restaurante “José Luis”	Av. Antonio Raymondi N° 742
“Iquitos y sus Sabores”	Alameda Perú N° 568
“El Súper Gordo”	Alameda Perú N° 385 - 399
Restaurante Chifa “El Chino Ronald”	Av. A. Raymondi N° 523
Pensión “Maná”	jr. Aguajal N° 150
“De Tinto y Madero”	Alameda Perú N° 391
“D.F. Gourmet Service Tours”	Jr. José Pratto N° 370
“El Carbón”	Av. Antonio Raymondi N° 435
“Alaska”	Av. José Carlos Mariátegui N° 440
Pollería “Karamba”	Alameda Perú N° 384

Anexos:

Anexo 1:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1.GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el termino atención al cliente?

- a) Si

- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

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

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

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

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

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

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

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

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

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

Anexo 2:

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

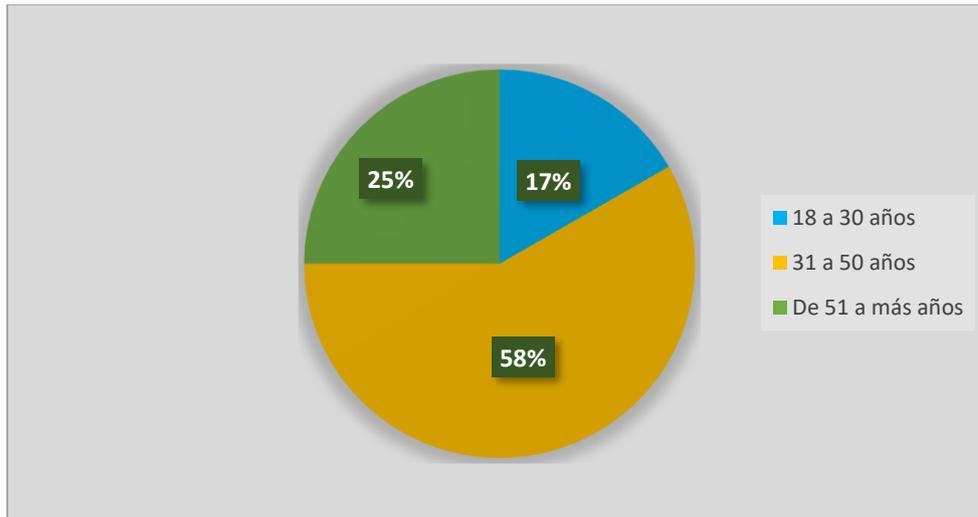


Figura 1: Edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Fuente: Tabla 1

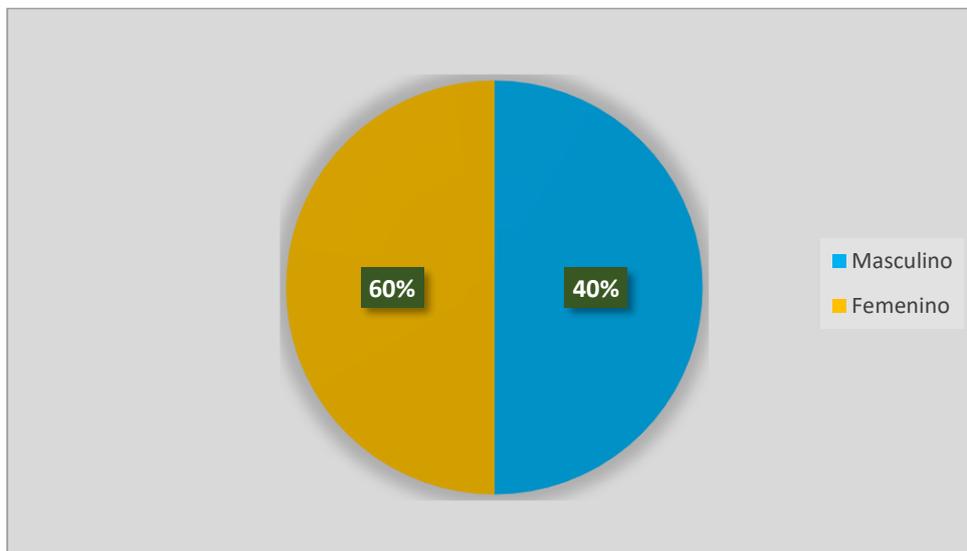


Figura 2: Genero de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Fuente: Tabla 1

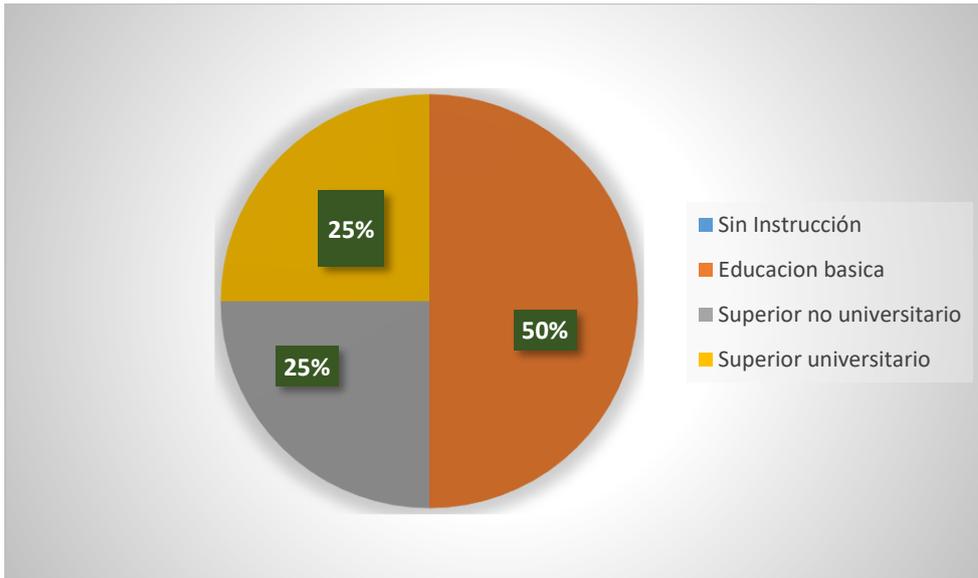


Figura 3: Grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Fuente: Tabla 1

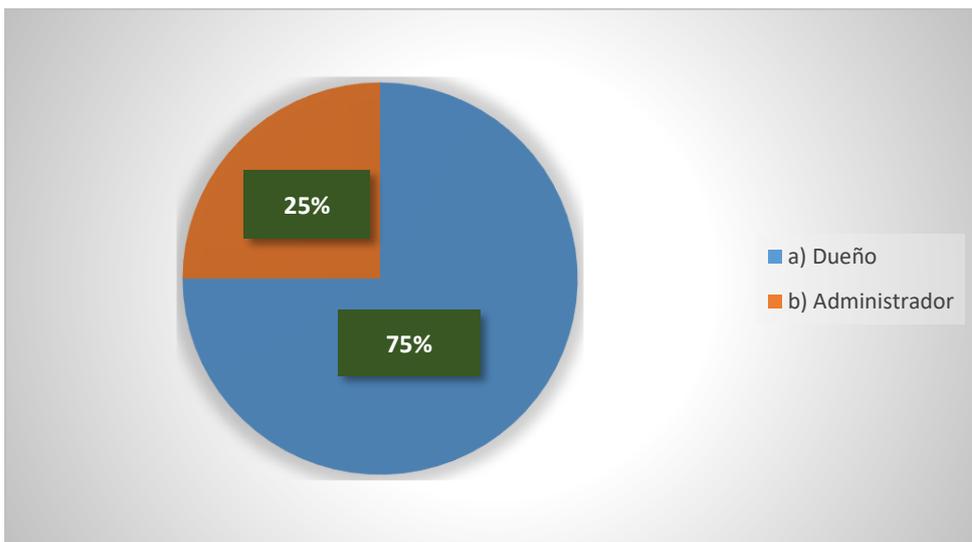


Figura 4: Cargo de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Fuente: Tabla 1

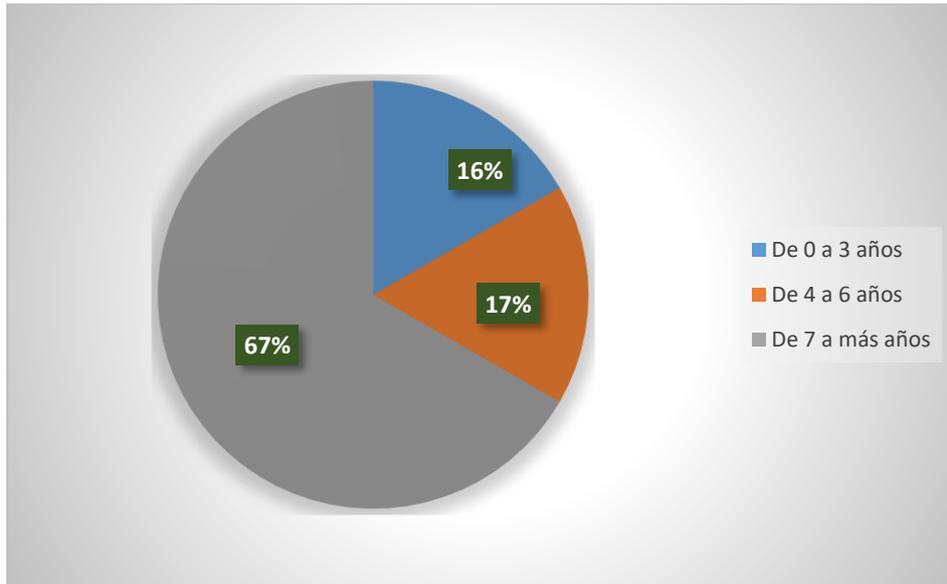


Figura 5: Tiempo que desempeña el cargo.

Fuente: Tabla 1

Tabla 2:

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

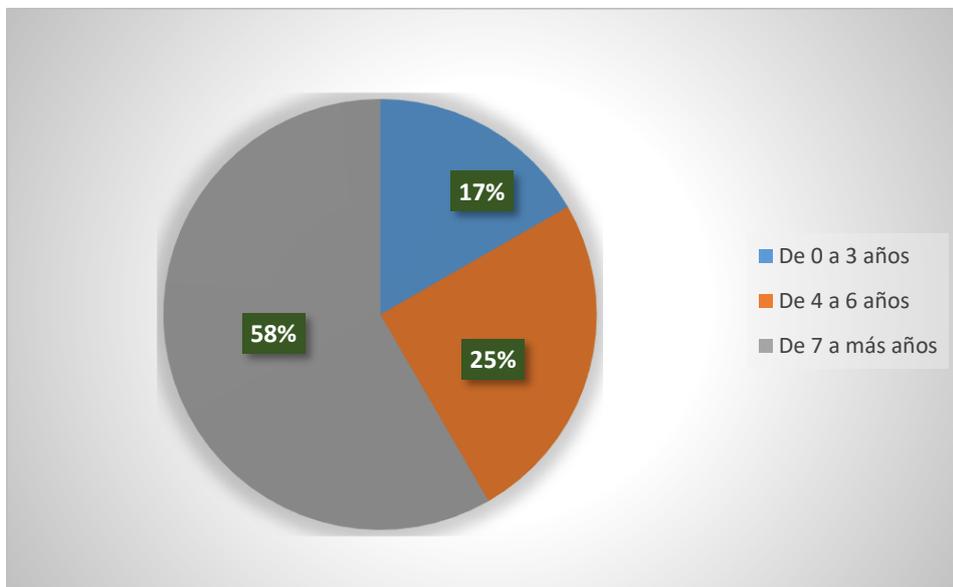


Figura 6: Tiempo de permanencia en el mercado.

Fuente: Tabla 2

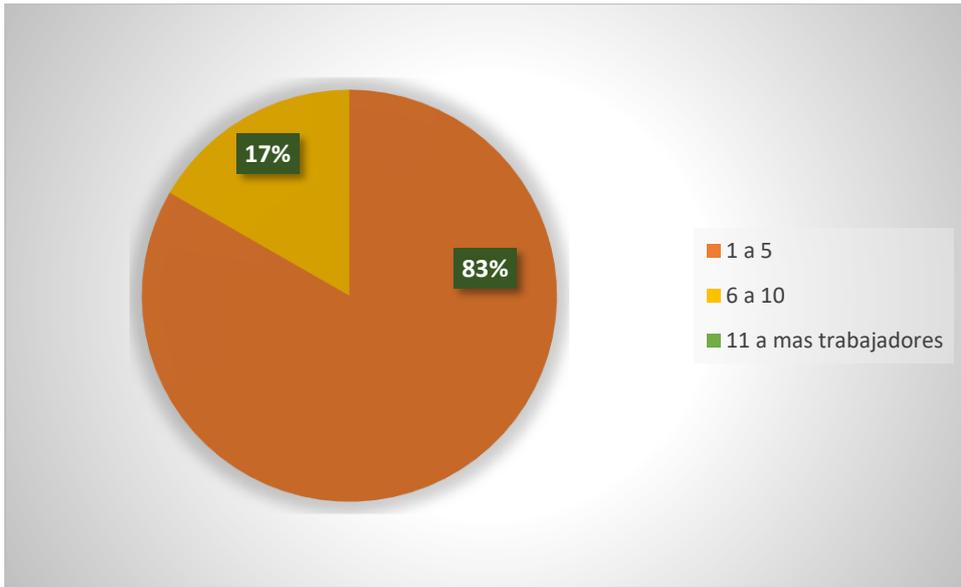


Figura 7: Número de trabajadores de la empresa.

Fuente: Tabla 2

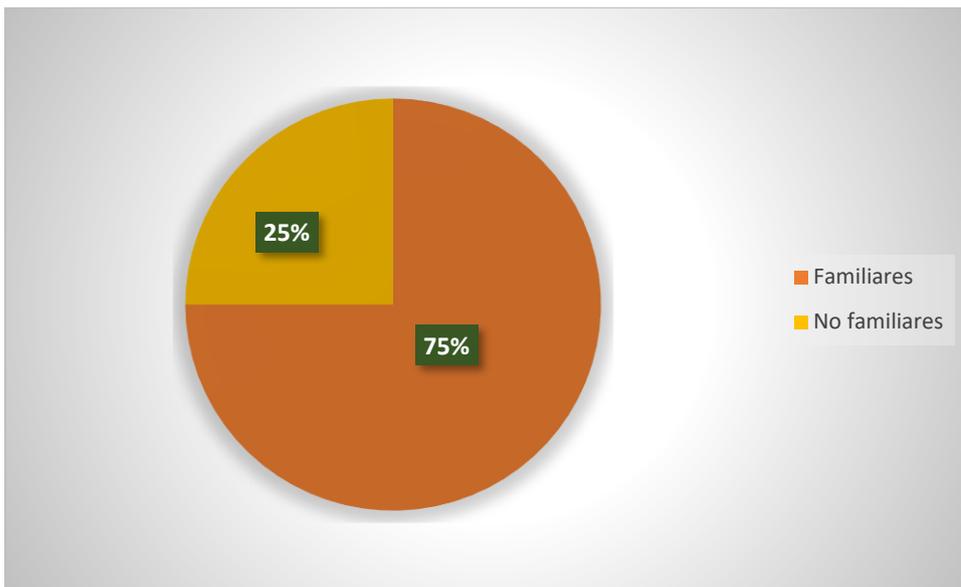


Figura 8: Personas que trabajan en la empresa.

Fuente: Tabla 2

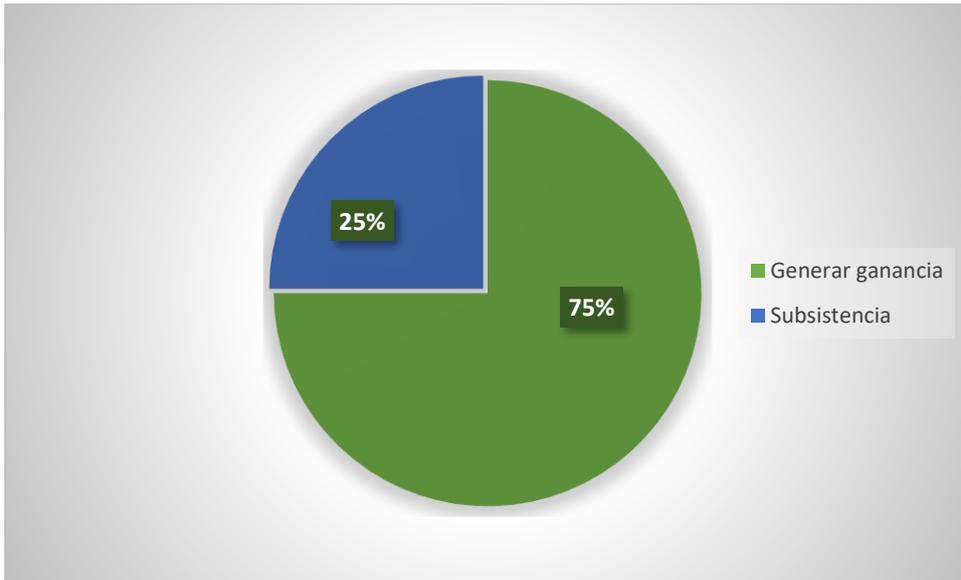


Figura 9: Objetivo de creación

Fuente: Tabla 2

Tabla 3

Características de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Tingo María, 2019.

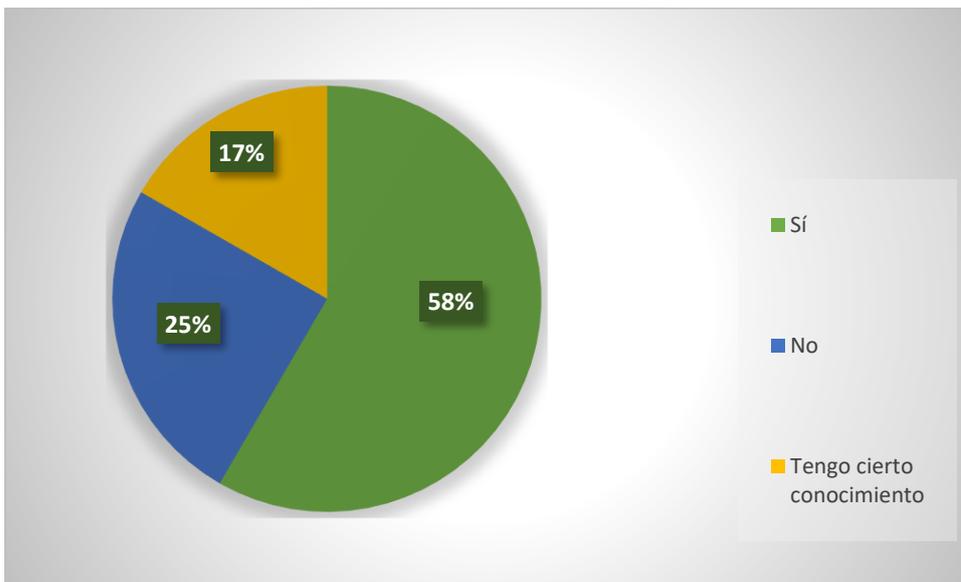


Figura 10: Termino de gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

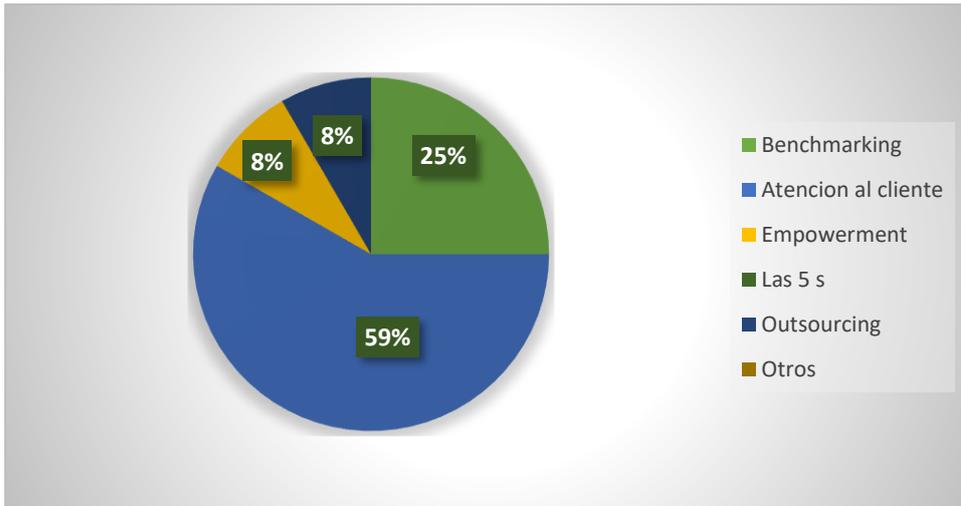


Figura 11: Técnicas modernas de gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

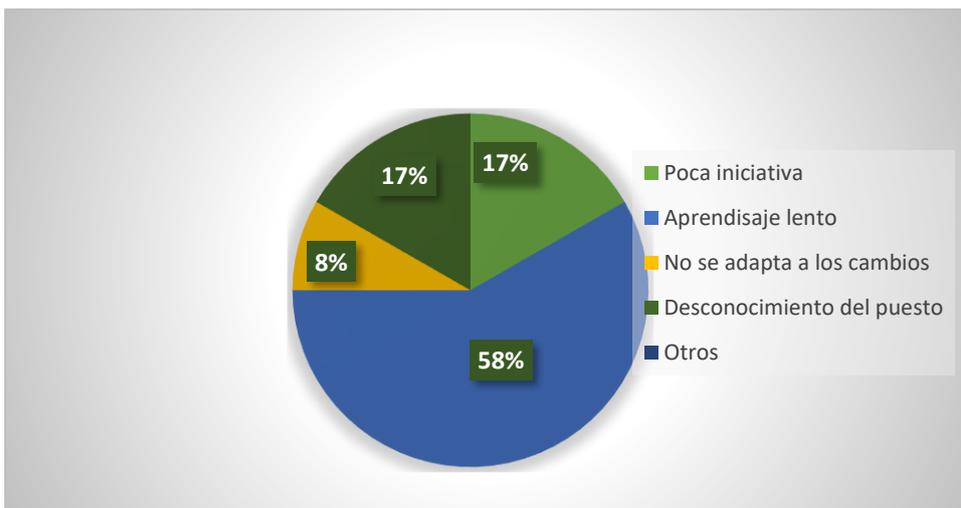


Figura 12: Dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

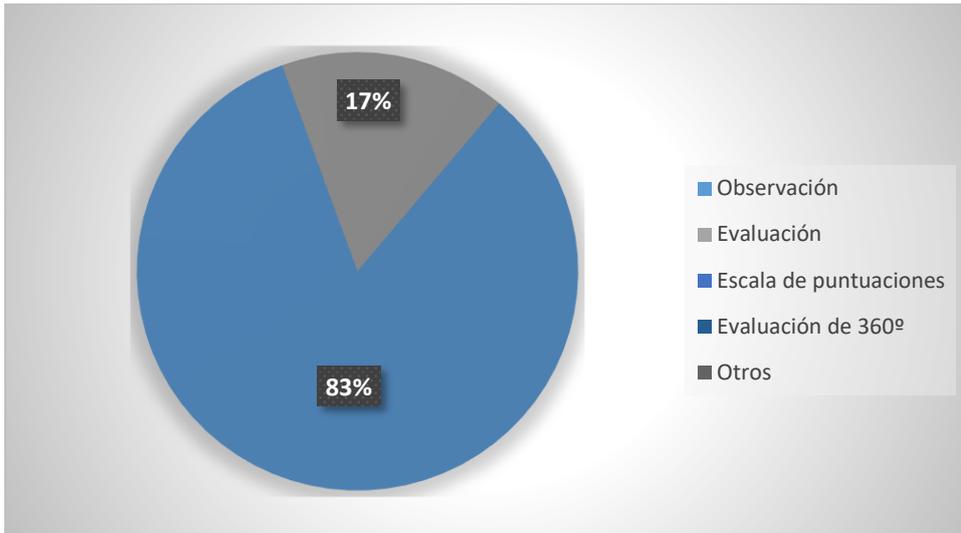


Figura 13: Técnicas para medir el rendimiento del personal.

Fuente: Tabla 3

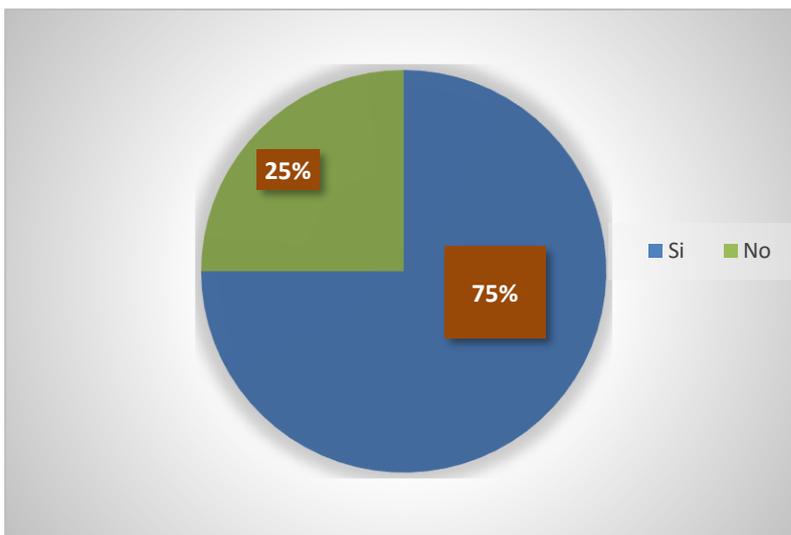


Figura 14: La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Fuente: Tabla 3

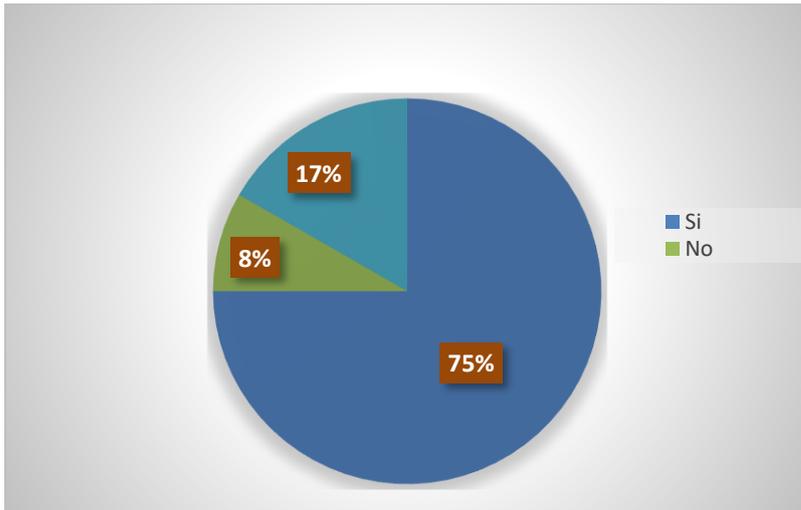


Figura 15: La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa.

Fuente: Tabla 3

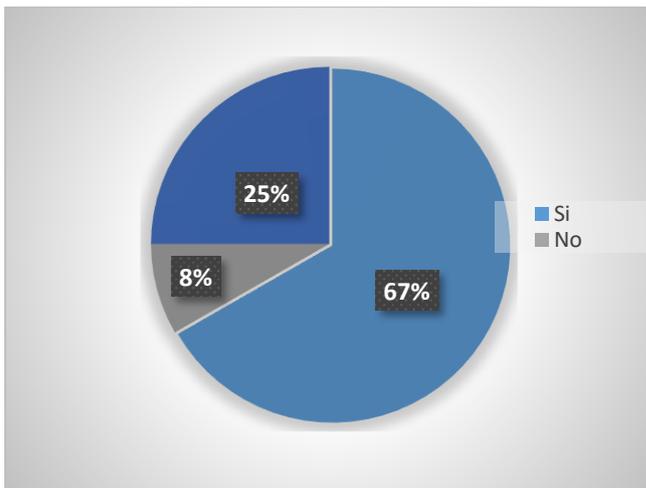


Figura 16: Conoce el termino atención al cliente.

Fuente: Tabla 3

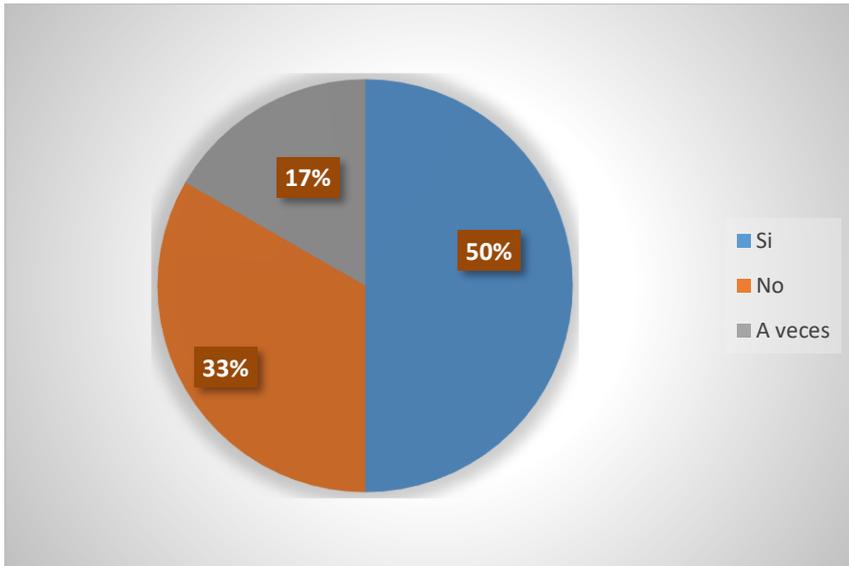


Figura 17: Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.

Fuente: Tabla 3

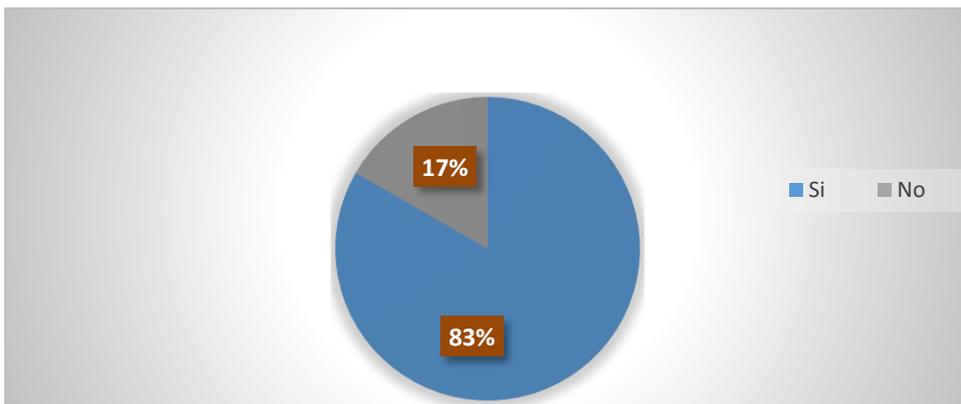


Figura 18: Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento

Fuente: Tabla 3

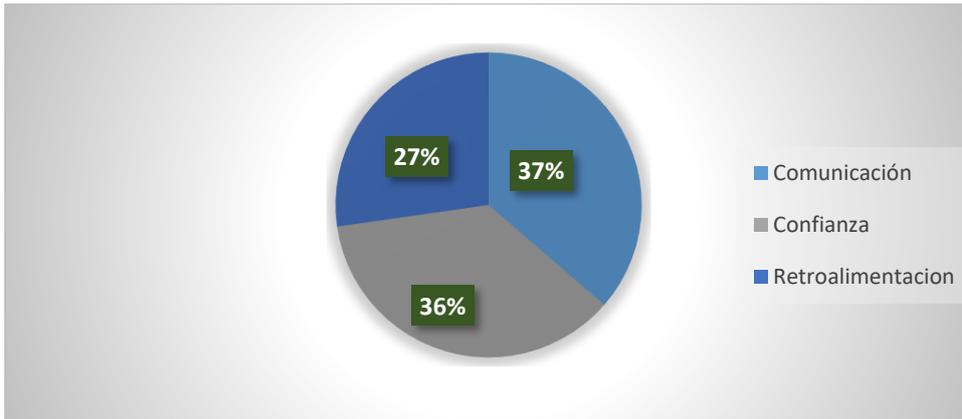


Figura 19: Herramienta que utiliza para un servicio de calidad.

Fuente: Tabla 3

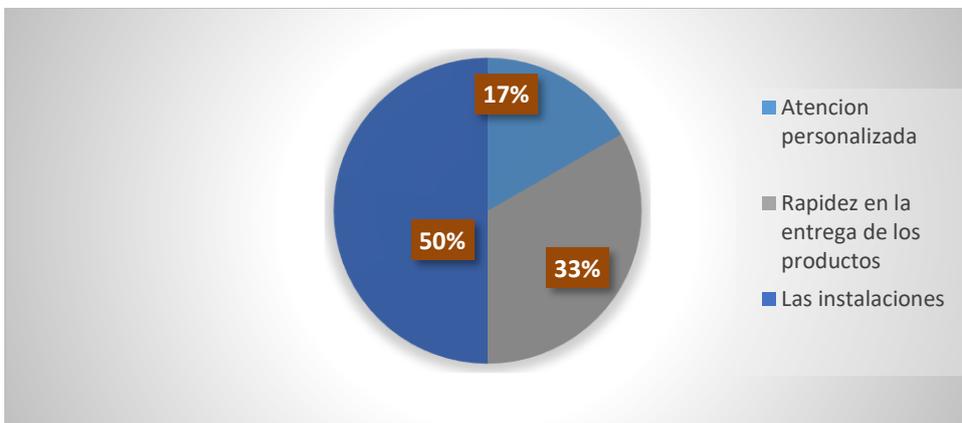


Figura 20: Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.

Fuente: Tabla 3

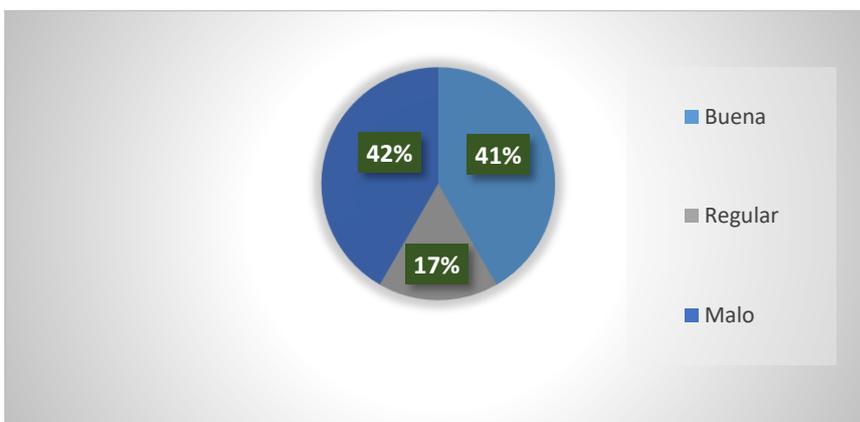


Figura 21: Atención que brinda a los clientes

Fuente: Tabla 3

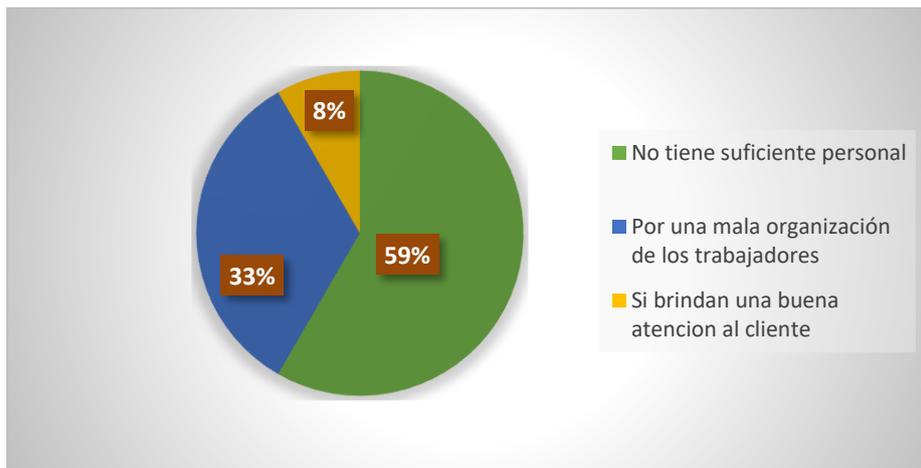


Figura 22: Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente.

Fuente: Tabla 3

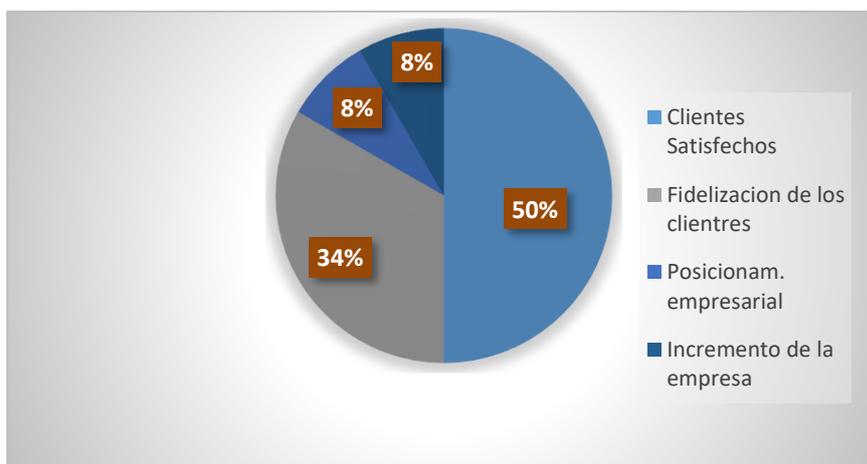


Figura 23: Que resultados a logrado brindando una buena atención al cliente.

Fuente: Tabla 3

Anexo 03. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	I UNIDAD					II UNIDAD					III UNIDAD					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Registro de matrícula según orientaciones de la Escuela Profesional.	X															
Lectura comprensiva de las pp. 11 al 16 del MIMI.		X														
Redacción del tema de investigación basada en la línea de investigación de la carrera profesional			X													
Revisan los prototipos de proyectos de investigación y analizan la caracterización del problema y el enunciado del problema de investigación				X												
Objetivo general y específicos y justificación del proyecto de investigación.					X											
Antecedentes del estudio						X										
Bases Teóricas de la investigación							X									
Bases teóricas (hipótesis)								X								
Metodología									X							
Metodología										X						
Formulación del proyecto de investigación (1° revisión)											X					
Evaluación del proyecto de investigación por el JI (1° revisión)												X				
2° revisión y sucesivas del proyecto de investigación													X			
Exposición del proyecto de investigación														X		
Elaboración y suscripción del acta del proyecto															X	
Publicación de promedios finales																X

Anexo 04. Presupuesto

N°	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Lapicero	02 unidades	2.00	4.00
2	Lápiz	01 unidad	1.00	1.00
3	Cuaderno	01 unidad	22.50	22.50
4	USB	01 unidad	20.00	20.00
5	Folder manila	01 unidad	0.70	0.70
6	Corrector	01 unidad	3.00	3.00
7	Resaltador	01 unidad	3.50	3.50
8	Fotocopias	50 hojas	0.10	7.50

9	Pasajes locales	4 meses	40.00	160.00
	TOTAL			222.20

Fuente: elaboración propia