

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE  
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE  
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE  
COMIDA ORIENTAL DE LA AVENIDA GAMARRA,  
DISTRITO DE CASMA, 2019**

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

**AUTOR**

**MENDOZA CHEYÑA, ALICE VICTORIA  
ORCID: 0000-0002-0402-0178**

**ASESOR**

**CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS  
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Mendoza Cheyña, Alice Victoria

ORCID: 0000-0002-0402-0178

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

### **ASESOR**

Mgtr. Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

### **JURADO**

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Miembro

Espinoza Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Miembro

**HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

Vilela Vargas, Víctor Hugo  
**Presidente**

Azabache Arquinio, Carmen Rosa  
**Miembro**

Espinoza Otoyá, Víctor Hugo  
**Miembro**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer a Dios por la fuerza y la vida, ya que es el único que puede definir mi futuro y todo el éxito que pueda lograr.

A mis padres y hermanos ya que son el motor de mi inspiración para poder salir adelante, con mucha superación y esfuerzo.

## **DEDICATORIA**

Con todo Amor para mi madre y padre que se esforzaron mucho para poder estudiar y perseguir mis sueños, ya que fueron mi motor clave para concluir con los trabajos de investigación.

A mis hermanos y amigos, que me vieron como un ejemplo a seguir y su motivación para seguir esforzándose para lograr todas sus metas y objetivos, por más difícil que sea ya que para todo sacrificio hay recompensas.

## RESUMEN

La presente investigación busca conocer las principales características de las micro y pequeñas empresas, representantes, atención al cliente y gestión de calidad, ha tenido como objetivo general: Identificar las características de la atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito de Casma, 2019; el cual responde a la siguiente interrogante: ¿La incorporación como factor relevante inciden en la Gestión de Calidad en atención al cliente en las Mypes des sector servicio, Rubro restaurantes de Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019?; la investigación es de tipo cuantitativa, descriptiva de diseño no experimental- transversal. Para la recopilación de la información se ubicó 10 micro y pequeñas empresas del distrito de Casma; en las cuales se aplicó un cuestionario conformado de 23 preguntas cerradas. Esta investigación tiene los siguientes resultados referentes a los representantes: El 60% tiene entre alrededor 31 a 50 años, el 60% son de sexo masculino. Referente a la Gestión de Calidad: El 50% no conoce el término de Gestión de Calidad. Referente a la Atención al cliente: el 70 % de los encuestados respondieron que si conocen el término de atención al cliente. Se concluye en identificar, establecer, determinar y estipular las características de atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

Palabra Clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Micro y pequeñas empresas

## **ABSTRACT**

This research seeks to know the main characteristics of micro and small companies, representatives, customer service and quality management, has had as a general objective: Identify the characteristics of customer service as a relevant factor in improving quality management in micro and small companies in the service sector, oriental food restaurant category on Gamarra Avenue, Casma District, 2019; which answers the following question: Does the incorporation as a relevant factor affect Quality Management in customer service in MSM in the service sector, Item Restaurante Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019 ?; The research is quantitative, descriptive, with a non-experimental-transversal design. To collect the information, 10 micro and small businesses from the Casma district were located in which a questionnaire made up of 23 closed questions was applied. This research has the following results regarding the representatives: 60% are between 31 and 50 years old, 60% are men. Regarding Quality Management: 50% do not know the term Quality Management. Regarding customer service: 70% of those surveyed answered that they do know the term customer service. It concludes in identifying, establishing, determining and stipulating the characteristics of customer service as a relevant factor to improve quality management in micro and small companies.

Keyword: customer service, quality management, micro and small businesses

## CONTENIDO

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de Trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
2. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria .....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción .....	1
II. Revisión de Literatura .....	12
III. Hipótesis .....	37
IV. Metodología .....	37
4.1. Diseño de la Investigación .....	37
4.2. Población y muestra .....	37
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	38
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	42
4.5. Plan de Análisis .....	42
4.6. Matriz de consistencia .....	43
4.7 Principios Éticos .....	44
V. Resultados.....	45
5.1. Resultados.....	45
5.2. Análisis de resultados .....	52
VI. Conclusiones y recomendaciones .....	63
Referencias bibliográficas.....	66
Anexos .....	71

## Índice de Tablas y Figuras

### Tablas

Tabla 1. Características de los representantes legales de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019. ....	45
Tabla 2. Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.....	47
Tabla 3. Características de la Gestión de calidad de la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.....	50

## **Figuras**

Figura 1. Edad.....	83
Figura 2. Género del representante.....	84
Figura 3. Grado institucional.....	84
Figura 4. Cargo que desempeña.....	84
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	85
Figura 6. Tiempo de permanencia de la microempresa.....	85
Figura 7. Número de colaboradores.....	85
Figura 8. Personal que labora en la empresa.....	86
Figura 9. Finalidad de la empresa.....	86
Figura 10. Conoce el término de gestión de calidad.....	87
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión.....	87
Figura 12. Dificultades para la implementación de gestión de calidad.....	87
Figura 13. Técnica para medir el rendimiento del personal.....	88
Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.....	88
Figura 15. Gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la empresa... ..	88
Figura 16. Conoce el termino de atención al cliente.....	89
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.....	89
Figura 18. La atención al cliente es fundamental para que regrese a establecimiento... ..	89
Figura 19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	90
Figura 20. Principales factores para la calidad al servicio que brinda.....	90
Figura 21. La atención al cliente que brinda.....	90
Figura 22. Porque considera que está dando un mal servicio al cliente.....	91
Figura 23. Qué resultados ha logrado brindando una buena atención.....	91

## **I. Introducción**

Las micro y pequeñas empresas son corporaciones unilaterales, individualidades económicas que pueden incubar tareas de extracción, comercialización de efectos, prestación de baños, asimilación y extirpación, existen casi 6 millones a ras territorial, 93.9% microempresas (1 a 10 trabajadores) y solo 0.2% cortas (de 1 a 100 trabajadores), el remanente, 5.9% son medianas y grandes delegaciones. Las Mypes mayormente surgen por urgencias insatisfechas de bordes achuchados, por desempleo, bajos recursos económicos, cortapisas burocráticas, dificultades para embolsar favores, entre otros. Las Mypes cumplen un rol trascendental, su tributo produciendo u ofertando medios y baños, adquiriendo y vendiendo artículos o añadiéndoles arrojo agregado constituye un ingrediente concluyente en la tenacidad económica y generación de cargo, no obstante, carecen de capacitación, poca gerencia de apaños, falta de capitales de trabajo por elevado financiamiento de apogeo, poca colaboración vía, y demasiada informalidad (SUNAT, 2018).

A pesar que las micro y pequeñas empresas tienen un rol muy importante, muchas de ellas tienen problemas en desarrollarse y mantenerse en el sector empresarial, donde se encuentran ubicados uno de esos problemas, es que no utilizan una Gestión de calidad con el uso a la atención al cliente ya que es una de las variables muy importante que se debería implementar en las Mypes para poderse mantener en el ámbito laboral, dar nuevas oportunidades de empleo para los que lo necesitan. La atención al cliente es una herramienta primordial para implementarse ya que de eso dependerá que el cliente se valla satisfecho por el trato que recibió y así tenga una posible vuelta y una recomendación a unos de sus círculos cercanos, no olvidemos que todas las variables son importantes implementar para que una micro y pequeña empresa tenga las bases

empresariales totalmente establecidas y así mantenerse por cualquier adversidad que se pueda venir.

Como sabemos, algunas de las micro y pequeñas empresas tienen problemas para mantenerse en el sector empresarial, según estudios no solamente a nivel nacional presenta estos problemas si no también a nivel internacional, formar una micro y pequeña empresa es fácil pero lo complicado es saber mantenerlas a continuación veremos cómo influyen la falta de conocimiento de las variables en especial en atención al cliente en una micro y pequeña empresa a nivel internacional.

En Europa, las pequeñas y medianas empresas, el 85% en el mercado universal funcionan con una buena gestión de calidad sabiendo que son cruciales para la capital, prácticamente es el motor que mueve a todo Europa. Son una raíz cardinal de adecuaciones empresariales, originalidad y servicio. En la Unión Europea ampliada a 25 estados, dominio a 23 millones de Pyme aportan alrededor 75 millones de puestos de trabajo y representan el 99 % de todas las corporaciones las cuales ven que la gestión de calidad se amplíe en todo europa. (Euronews, 2015).

En España, se entendió que a la distribución sectorial de las pequeñas y medianas empresas, se observa cómo varía el tamaño empresarial en función de los sectores económicos a los que pertenecen las empresas. El 85,8% de las empresas industriales son microempresas las cuales tienen alguna deficiencia de gestión de calidad donde las cuales el 47,4% tienen entre 1 y 9 empleados donde no se abastecen para dar una buena gestión de calidad. Sin embargo, los sectores construcción y resto de servicios aglutinan el mayor número de empresas (con un 61,5% y un 55,1% respectivamente) en el tramo de microempresas sin asalariados. En el sector comercio, cerca del 50% son microempresas sin asalariados y el 47% tienen entre 1 y 9 empleados en el sector servicio agrupa más de 80% de empresas españolas concluyendo que a pesar

de que sea un país de primer mundo les falta mejor es implementar para un buena gestión de calidad (INE, 2015).

Las pequeñas y medianas empresas (mipymes) son un componente fundamental del tejido empresarial en América Latina. Esta importancia se manifiesta en varias dimensiones, como su participación en el número total de empresas o la creación de empleo. Ello se contrapone a una participación al producto interno bruto (PIB) regional de tan solo el 25%, situación que contrasta con la de los países de la Unión Europea (UE) donde las mipymes alcanzan, en promedio, el 56%. La alta contribución al empleo, combinada con la baja contribución a la producción y la gestión de calidad, refleja brechas de productividad mayores entre unidades productivas de diferente tamaño en América Latina que en la UE. La estructura productiva heterogénea y la especialización en productos de bajo valor agregado que caracteriza a América Latina influyen de manera decisiva sobre el desempeño y la poca atención al cliente de estas empresas y se manifiesta en la anterior brecha de productividad y en una muy baja participación en las exportaciones (Heredia, 2018).

En Chile las micro y pequeñas empresas el 34,4% de las empresas se concentran en el sector en comercio las cuales tienen dificultades para una buena gestión de calidad, las que en conjunto con los sectores transporte y almacenamiento; industrias manufactureras; agro-silvicultura y pesca; y construcción agrupan más del 75% de las empresas. En coincidencia con los resultados agregados, el sector comercio es el que concentra la mayor cantidad de empresas, ya sean microempresas (36,1%). Los datos muestran que, en el caso de las pymes, solo el 3,3% de las empresas tienen ventas altamente concentradas (más del 25% en un cliente) y se encuentra además bajo la misma propiedad que uno de sus tres principales clientes. En contraste, en grandes empresas este número aumenta a 11,4%. Es decir, en su gran mayoría, las

empresas con ventas altamente concentradas por eso mismo necesitan buscar estrategias para mejorar la gestión de calidad de las empresas las cuales no tiene uno de sus tres clientes principales bajo su propiedad (Krell, 2017).

En Ecuador las micro y pequeñas empresas En el Censo Nacional Económico 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) se agrupa a las empresas por el número de personas que la conforman, así tenemos que, una micro empresa es aquella que está conformada entre 1 y 9 personas, se consideran empresas pequeñas las que tienen de 10 a 49 empleados, las PYMES, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC, representaban el 84,3 % del total de establecimientos y la gran industria el 15,7 % las cuales tienen deficiencias de calidad; las PYMES ocupan al 37,7 % de los trabajadores y la gran industria donde buscan las mejores estrategias de gestión de calidad debido a la gran magnitud de trabajadores el 62.3 %; las PYMES aportan el 13 % al Producto Interno Bruto y el aporte de la gran industria por eso mismo necesitan mejorar su gestión, el 87 % al PIB (Yance, 2017).

En Bolivia las micro y pequeñas empresas Según el reporte estadístico de Funde presa hasta febrero de 2017, la base empresarial registrada en Bolivia asciende a 286.652 empresas las cuales nacen de la informalidad y teniendo mala gestión, teniendo un crecimiento del 4% desde febrero de 2016. Asimismo, el departamento de La Paz cuenta con la mayor base empresarial con 89.098 empresas donde tratan de adaptarse al mercado mejorando la gestión de calidad y le sigue Santa Cruz con 81.420 empresas, aunque cabe aclarar que el departamento cruceño tuvo un mayor crecimiento que la Sede de Gobierno con un 6%. De igual forma, se mantiene el mayor número de empresas unipersonales, siendo el mayor tipo de negocio en el país con 228.864, le sigue la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL) con 53.588 empresas y las Sociedad Anónima (SA) que tiene 3.362 empresas registradas. En este marco, las empresas unipersonales representan

el 80% del total de la base empresarial en Bolivia el país se encuentra entre los últimos de la región en facilitar la creación de nuevas empresas, solo por encima de Venezuela, perjudicando la formalización del sector (Campos, 2017).

En Perú las micro y pequeñas empresas en general, las cifras sobre el comportamiento de las Mype en 2017 no son muy alentadoras. Según cifras de la Enaho, el número de Mype que existe en el país ascendió a 5.9 millones en 2017, lo que significó un crecimiento del 3.8% con respecto al año anterior. Sin embargo, a diferencia de lo sucedido con la cantidad de Mype, sus ventas cayeron. Así, alcanzaron un total de S/ 135,000 millones en 2017 (-0.7% respecto a 2016), equivalentes a un 19.2% del PBI. En otras palabras, a pesar de haber más Mype en 2017 que en 2016, el nivel agregado de ventas fue menor, lo que refleja una menor eficiencia. Esto acentúa la tendencia decreciente de la importancia de las Mype como porcentaje del PBI. Cabe resaltar que la informalidad, las malas gestiones y atención a los clientes continúa siendo un freno para el crecimiento de las Mype. En efecto, alrededor de un 83.5% de estas son informales (no están registradas como persona jurídica o empresa individual). Así, si se considera que esta cifra representa un aumento de 3.7 % respecto del año anterior, el nivel de informalidad es muy elevado, y a ello se suma que el 72.4% de ellas no lleva ningún tipo de registro de ventas (ComexPerú, 2018).

En Chimbote las micro y pequeñas empresas el 19.4% presenta un nivel bajo en fidelización de los clientes en este resultado se sugieren los esfuerzos de las empresas por fidelizar a sus clientes desarrollando estrategias. Las limitaciones para su desarrollo y fortalecimiento pues vienen percibiendo que el estado los viene presionando con un sistema tributario que las ahoga, consideran que los impuestos castigan mucho más a las mypes que a las medianas y grandes empresas mediante multas excesivas y gran cantidad de impuestos, por otro lado el “orden público” es decir la violencia, inseguridad

en las calles, las pandillas y la delincuencia común que vienen perjudicando (Benites, 2017).

En el distrito de Casma, especialmente en la Avenida Gamarra donde se desarrollara el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas al sector servicio, en la venta de comida oriental, las cuales tienen problemas de Gestión de Calidad en atención al cliente según lo que se observó en la Avenida Gamarra son pequeñas empresas de restaurante que les falta mejorar en la atención al cliente, existen esos problemas por la falta de conocimiento de cómo organizarse y tomar las mejores decisiones para el beneficio de la empresa, solo con el interés de tener ganancia sin ver el elemento primordial que es el cliente.

Las Mypes son unidades económicas existentes dentro de la sociedad de cualquier país las cuales se encuentran constituidas por una persona natural o jurídica; bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, la cual tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Como sabemos, las micro y pequeñas empresas, Mypes, juegan un papel preponderante en el desarrollo social y económico de nuestro país, al ser la mayor fuente generadora de empleo y agente dinamizador del mercado. En un país, donde la falta de empleo es uno de los problemas más serios, resulta imprescindible reflexionar sobre cuál es el rol promotor que le corresponde al Estado.

Las micro y pequeñas empresas de la avenida Gamarra, Distrito de Casma del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental el problema de atención cliente es muy común según lo que se observó, esperar un largo tiempo y con la comida fría enfada a los clientes. Cuando la comida es enviada incorrectamente según las especificaciones dadas, el mesero tiene que remediar este problema inmediatamente cosas que no se vio

como también el personal no cuenta con una línea de acción definida, sino que van atendiendo a los clientes sobre la marcha y de forma improvisada. No hay reglas sobre cómo recibir a los clientes, cómo servirles ni cómo despedirles. Da la impresión de que cada persona del equipo ofrece un servicio distinto, creando confusión en los comensales como también desconocen algunos productos, no reconocen a los clientes que visitan frecuentemente al restaurante tampoco les importa si te llevo a gustar la comida que te están brindando.

Las posibles causas de este problema de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas de la avenida Gamarra, Distrito de Casma del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental sean la falta de información a como deberías tratar a los cliente para llamar su atención y así ganar la empatía de los posibles clientes para poder tener una buena imagen y llevar una buena impresión, como también no tener una estructura adecuada en el restaurante, como se vio en algunos restaurantes de la zona cuando el mesero faltaba el cocinero se encargaba de la cocina y la atención. Trate de dar una sugerencia pero al parecer no saben escuchar al usuario o cliente porque solo atinan a callarse, también podemos decir que no tienen una visión clara de sus restaurantes se conforman con que entren clientes a sus restaurantes y consuman. Las causas comunes que suceden en la zona es la mala contratación de personal no les hacen pruebas para saber si están capacitados para dar una buen atención al cliente, la falta de formación del personal, ya que es un punto importante y necesario para capacitar a todos sus empleados.

Las consecuencias muy comunes que pueden pasar en las micro y pequeñas empresas como efectivamente también es probable pasen en los restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito de Casma del sector servicio algunas de las consecuencias que se pueden ver es la pérdida del cliente ya que con un mal trato ya no quiera regresar y eso puede generar la pérdida económica, ya que con eso se mantiene los

restaurantes para poder comprar los productos para la cocina, también con una mala atención puede generar que el cliente no quiera recomendar algún amigo al restaurante donde acudió. Un servicio de atención al cliente mal estructurado y desprovisto de las herramientas tecnológicas puede traer aburrimiento y una mala impresión del cliente ya que la atención es muy lenta y a la próxima no querrá regresar sabiendo que su atención es muy lenta. Estas consecuencias podrían ser muy peligrosas ya que puede ser el causante del posible cierre del restaurante que no esté tomando en cuenta las necesidades de sus clientes.

En el plan estratégico que daría para la solución en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, distrito de Casma. Sería una buena formación al personal prepararlos como personas que sean capaces de dar una buena atención y respetar al cliente, como también tener el establecimiento limpio y decorado para llamar la atención y la comodidad del cliente, estar siempre preguntando al cliente si les gusta el trato del personal así también poniéndose en el lugar del cliente, siempre teniendo una actitud positiva dejando los problemas de lado para mostrar a los clientes el buen ánimo que se está teniendo. Generar curiosidad y expectativa al cliente puede provocar el regreso a consumir, escuchar y hablar de manera clara para llevar correctamente el pedido que se ordenó, ser amable y tratar de agilizar el trabajo para llevar rápido el pedido y así no espere tanto el cliente, escuchar sugerencias de los clientes también puede aportar, ya que de ellos depende que el restaurante persevere y genere ganancias.

**Por lo anteriormente expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación:**

¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio,

Rubro restaurantes de Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019? Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el Objetivo General: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito de Casma, 2019. Para lograr alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Establecer las principales características de los representantes de las micro o pequeña empresa del sector servicio, Rubro restaurantes de Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019, •Determinar las principales características de las micro o pequeña empresa del sector servicio, Rubro restaurantes de Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019, Describir las características de atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en una micro o pequeña empresa del sector servicio, Rubro restaurantes de Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019.

La investigación se justifica porque responde a la necesidad de conocer las características que presentan las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental y como han implementado la gestión de calidad con el técnica de atención al cliente para mejorar e incrementar la productividad a través de un cuestionario que se ejecutaran a sus representantes de cada establecimiento del lugar. El presente trabajo se justifica con el fin de conocer las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, de los restaurantes de Comida Oriental de la Avenida Gamarra, distrito de Casma, 2019. La investigación de este proyecto es importante, porque es posible que sea publicado en cualquier página virtual y sea de mucha ayuda a recibir orientación y sea un antecedente más, para los estudiantes, como para cualquier persona que esté interesado en saber los problemas que atraviesan

las Mypes. Este proyecto de Investigación también ayudará a identificar los problemas que atraviesa las Mypes por malas de decisiones que se puedan tomar, ya que esta investigación está destinada a los representantes de cada una de las pequeñas empresas de la Avenida Gamarra, ya que ellos formaron parte de la investigación esto los ayudará a tener más conocimiento de cómo han estado actuando con el factor relevante de atención al cliente, qué actitudes y herramientas deben tomar para mejorar, tener más control de sus empresas y su entorno. Finalmente el trabajo de investigación se justifica en brindar una información confiable tanto a los estudiantes de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote como a los docentes universitarios, y así poder seguir mejorando en el aspecto de proyectos científico en investigación de mi carrera de Administración de empresas, como también para poder optar para mi grado de título de bachiller en Administración.

Para la realización de este proyecto de investigación se utilizó el tipo de investigación cuantitativa, de nivel descriptivo y de campo. Fue descriptiva porque el estudio estará orientado en la relación de la variable de gestión de calidad con atención al cliente como favor relevante y los beneficios que se logre con la aplicación dentro de las empresas dedicadas a este rubro, la variable será medida de manera transversal debido a que se realizó la encuesta en un tiempo y lugar determinado, sin alteración de la variable. De diseño no experimental- transversal, porque no se manipulo ninguna variable en un determinado tiempo, con una muestra poblacional de 10 micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de comida oriental, donde se aplicó un cuestionario de 23 preguntas. En conclusión el presente proyecto de investigación se enfocó en descubrir y examinar el impacto que tiene la atención al cliente como factor relevante en las micro y pequeñas empresas de la Avenida Gamarra del Distrito de Casma. En los resultados la mayoría de representantes tiene un aproximado de 31 a 50 años, mayormente de sexo masculino que

tienen educación básica, son dueños de su propio emprendimiento, tienen 3 años en el cargo. La mayoría de emprendedores masculinos no se dan por vencidos porque son conscientes que el desarrollo de metas y objetivos de su negocio, es fundamental para el estado económico y permanencia de la empresa en el mercado, como también a crecer y sugerir más empleados dando oportunidad laboral a los que lo necesitan.

La mayoría de micro y pequeñas empresas tienen permanencia en el rubro de 3 años, tienen de 1 a 5 trabajadores, los trabajadores mayormente son familiares, los dueños pusieron su negocio para generar ganancias. Se define que la mayoría de micro empresas tiene poco tiempo en el rubro y cuentan con pocos trabajadores, con apoyo de familiares, pero todos cuentan con el mismo objetivo de generar ganancias.

mayor parte de los representantes desconocen el término de la gestión de calidad, desconocen nuevas técnicas modernas, una de las dificultades que tienen los trabajadores en la poca iniciativa que ponen en el trabajo, mayormente para medir el rendimiento del personal se utiliza la observación, todas las micro y pequeñas empresas están de acuerdo que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, también están de acuerdo que la gestión de calidad ayuda alcanzar metas y objetivos de la empresa, mayor parte de las micro y pequeñas empresas si conocen el termino de atención al cliente, la mayoría aplica la gestión de calidad para el servicio a sus clientes, la gran parte de micro y pequeñas empresa piensa que la atención al cliente es fundamental en una empresa de servicio o comercio, una de la herramientas que utiliza las micro empresa es la observación, uno de los principales factores que utilizan es la rapidez en la entrega de productos, la atención que brindan es buena, consideran que si dan una mala atención al cliente seria por una mala organización de los trabajadores, la mayoría ha logrado fidelizar a sus clientes por brindar una buena atención. La gran parte de las micro y pequeñas empresas desconoce lo que es gestión de calidad, pero si conocen lo que es

atención al cliente y están de acuerdo que estas herramientas son muy importantes para manejar los problemas internos como los trabajadores, como también podemos decir que ayuda a mejorar la organización del negocio y captar o fidelizar clientes.

La investigación concluye que mayor parte de las micro y pequeñas empresas conocen el término de atención al cliente, pero desconocen el término de gestión de calidad, por eso mismo tienen dificultades en tener un orden al ejecutar un buen desenvolvimiento de atención al cliente en sus negocios.

## **II Revisión de Literatura**

### **2. Marco Teórico y Conceptual**

#### **2.1. Antecedentes**

##### **Antecedentes Internacionales.**

López (2018) Ecuador en su trabajo de investigación denominada “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, tesis para optar el título de Magister en Administración de Empresas en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Ecuador, su 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. La metodología que empleó en la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio.

Ibarra C. Manuel, González T. Lourdes, Demuner F. María del Rosario(2017), México realizaron una investigación titulado “*Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*”. El objetivo de esta investigación es determinar el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California e identificar las áreas que dentro de ellas, influyen en dicha competitividad. La metodología es de carácter descriptivo de corte transversal; se desarrolló el modelo de competitividad sistémica a escala micro y se aplicó un instrumento de medición de 64 preguntas a 195 empresas del estado; además, se hizo uso de regresiones lineales múltiples de tipo tradicional para la comprobación de hipótesis. Entre los resultados tenemos que las pymes en el estado presentan un nivel de competitividad medio-bajo, sin mostrar relación entre el tamaño de las empresas y su competitividad, mientras que el área de producción-operaciones resultó ser más significativa para su nivel de competitividad. Si bien el instrumento de medición que se aplicó no tiene proporcionalidad a nivel de municipios y subsector, sí nos permite acercarnos al funcionamiento interno de las pymes.

Quezada (2016) Ecuador en su trabajo de investigación titulada: “Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato” tesis para optar el título profesional de Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebida en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador; teniendo como objetivo general: Proponer un modelo de calidad, para la mejora continua en la presentación de productos y servicios en los restaurantes del Cantón de Ambato, empleó la metodología de la investigación científica cuantitativo, para el desarrollo de este trabajo, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, de la misma forma nos plantea el estudio o análisis de las mismas y las conclusiones sobre el tema en función de los datos obtenidos. Los principales resultados y conclusiones fueron que un mayor número (77%) de

administradores o gerentes de restaurantes piensan que calidad significa satisfacer al cliente, para el progreso del restaurante un mayor porcentaje (65%) de personas piensan que es muy importante que la calidad se encuentre presente, la creación un modelo de calidad es muy aceptado por parte de un gran porcentaje (56%) de los gerentes y administradores de restaurantes, un gran número (56%) de la población piensa que solamente es importante, la motivación el personal, para un correcto funcionamiento del restaurante, y concluyo que luego de realizar un estudio acerca de una correcta gestión. en el campo de la industria de la restauración, se logra llegar a cierto grado de conocimiento el cual permite desarrollar una solución a dicho problema encontrado en los restaurantes del cantón

Ambato, por lo que se proponer realizar un modelo de gestión P.D.C.A. 90 Mediante un diagnóstico situacional se consigue verificar en qué punto se encuentra el problema de desconocimiento de factores de calidad en los propietarios o administradores de la empresa gastronómicas de la ciudad de Ambato. Por lo que se propone el modelo de gestión de calidad P.D.C.A, que coadyuve en la solución de los procesos de producción de empresas dedicadas a la industria de la restauración.

Sandoval (2015), Chile en su investigación titulado *“El Sistema de Gestión de Calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de San Isidro, 2015”* tiene como objetivo general Determinar de qué manera el Sistema de Gestión de Calidad se relaciona con la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro en el 2015 en su metodología empleada es de nivel de diseño descriptiva y se basó en un diseño de campo, en el cual permitió recabar la información de interés mediante la utilización de estrategias de recolección directa en la realidad objeto de estudio. Las técnicas e instrumentos utilizados fueron cuestionarios dirigido a los clientes del banco y otro dirigido a los empleados específicamente los del

Centro de Negocios Norte de Casa Propia EAP los Resultados obtenidos permitirá concluir que los clientes no están plenamente satisfechos en cuanto a la calidad de los productos ofrecidos por lo que se realizaron una serie de lineamientos que consideran la atención al cliente en forma real y completa, a no para aumentar la rentabilidad, sino para permanecer dentro del mercado y a partir de ahí pretender mejores ganancias como conclusiones Mediante el estudio se afirma que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro. El estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes.

Además, quedó en evidencia que el Restaurante El Gourmet Urbano debe elaborar procesos, manuales, diseño de procedimientos de calidad hacia la gastronomía permanente mediante el sistema de gestión de la calidad promoviendo así mejorar el nivel de laboral de gastronomía y todos los empleados por ende esto se traducirá en la mejora de la atención al cliente brindada. También, fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes, compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio.

Uribe (2013), Colombia en su investigación titulado *“Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies”* tiene como objetivo general la formulación de un modelo de gestión para la calidad en el servicio al cliente orientado a las grandes superficies, la Metodología de la investigación científica cuantitativo. El proyecto de investigación se realizó estudiando la totalidad de las grandes superficies existentes en Ibagué para la fecha del trabajo: Almacenes Éxito, Carrefour, Makro, Home Center, Mercacentro y Almacenes Yep, que son aquellas que tienen cinco o más cajas registradoras o puntos de pago como Resultado con resultados como la

determinación de la importancia que para los clientes tienen aspectos tales como accesibilidad al parqueadero, amabilidad de los dependientes, calidad de los productos, precios, surtido, ubicación del supermercado y facilidades de pago. Con base en la percepción de los clientes y como aporte al desarrollo del tema, se propone un Modelo de gestión de la calidad del servicio al cliente para esas superficies en Conclusiones Existen diferentes referentes teóricos para abordar el concepto de servicio; en esta investigación se ha tomado como guía el siguiente: el servicio es un conjunto de prestaciones, adicionales al producto o servicio principal de la empresa, que el cliente espera recibir, en contraprestación al precio que paga y a la reputación de la organización que lo presta. De igual forma, sucede con el concepto de calidad, la investigación ha tomado como referente el criterio que concibe la calidad como el grado en el que un conjunto de características inherentes al producto, cumple con las necesidades o expectativas establecidas. La gestión de la calidad total, como parte del concepto moderno de la calidad, comprende la forma de gestión de un organismo, centrado en la calidad y basado en la participación de todos sus miembros, que apunta al éxito a largo plazo a través de la satisfacción del cliente.

#### **Antecedentes Nacionales.**

Cavalié (2018) en su tesis Gestión de calidad en la capacitación de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte – trimóvil de la ciudad de Tingo María, año 2017, que tuvo como objetivo general determinar las principales características de gestión de calidad en la capacitación de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte – trimóvil de la ciudad de Tingo María, año 2017, empleó la metodología de la investigación científica cuantitativa, obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los microempresarios y las MYPES: el 40% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 100% son masculinos, de los cuales el 60% poseen

con educación secundaria, el 100% es dueño de la micro empresa, el 50% tiene de 0 a 3 años en el cargo, el 80% tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, el 100% de la MYPES cuenta con 11 a más trabajadores, el 100% son personas no familiares, el 90% se creó para generar ganancias. Respecto a la gestión de calidad en la capacitación: el 60% tienen desconocimiento de la variable gestión de calidad, así mismo el 40% desconocen las técnicas modernas de gestión de calidad, el 50% cuentan con poca iniciativa en cuanto en las dificultades para la implementación de gestión de calidad, el 50% cuentan con la técnica de escala de puntuaciones para medir el rendimiento del personal, el 80% si contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, el 100% si se han capacitado en los últimos años, el 60% de 1 a 2 veces se capacitaron, el 60% considera la capacitación es una inversión y el 60% el personal se ha capacitado en reglas de tránsito. 10 Llegando a la conclusión que los de las MYPES desconocen el término de gestión de calidad, asimismo considerando la capacitación como una inversión, peor no lo incluyen dentro de sus prioridades de desarrollo y crecimiento de su empresa.

Salas (2018), En su investigación titulada *“Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector comercial boutique de damas, provincia de satipo, año 2017”*. Su objetivo de investigación fue determinar si la del sector comercial, Boutique para Damas de la Provincia de Satipo año 2017, se gestionan con un enfoque de atención al cliente. Obtuvo los siguientes resultados. Utilizó como tipo de investigación cuantitativo Con Respecto a los representantes: El 50 % de los representantes de las MYPES tienen de 29 a 39 años de edad, el 81,8% son de sexo femenino, el 40,9% de los representantes tienen grado de instrucción técnico, con respecto a las MYPES: El 81,8% de las Mypes son formales, el 45,5% tienen de 1 a 2 años su empresa en el mercado, el 81,8% tienen de 1 a 2 trabajadores, Respecto a la gestión de calidad: El 63,6% dicen que no conocen cuales son los alcances de

una gestión de calidad, el 59,1% respondieron que la gestión si está enfocado con las acciones de atención al cliente, 63,6% respondieron que si recogen las sugerencias y reclamos del cliente para mejorar su nivel de servicio, el 63,6% respondieron que las mejoras en el servicio al cliente si ha contribuido en los resultado del negocio, el 59,1% respondieron que los clientes si valoran el servicio y genera fidelización. En las conclusiones se logró comprobar que los representantes son jóvenes e empíricos, como también se puede observar que hoy en día la gran mayoría se están formalizando, teniendo todos sus documentos de acuerdo a ley, pero estas desconocen sobre los alcances que brinda 11 una gestión de calidad del cual ocasiona un comportamiento negativo a la hora de brindar un servicio de atención al cliente.

Goicochea (2017), En su investigación titulada *“La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de villa maría del triunfo, provincia de lima, departamento de lima, periodo 2015”*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del Boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima periodo 2015. Utilizó como tipo de investigación cuantitativa, el nivel de investigación fue descriptivo, aplicó un diseño de investigación no experimental-transversal-descriptiva, con una población de 10 Mypes y la muestra fue del 100%delas micros y pequeñas empresas. Obtuvo como resultado lo siguiente: El 80% de los representantes de las Mypes tienen una edad de 31 a 50 años. El 70%de los representantes de las Mypes son de género masculino. El 40% de los representantes cuentan con estudios secundarios. El 80% de los representes legales de las Mypes encuestados son los propios dueños. El 60% de los representantes

respondieron que sus Mypes tienen más de 07 años de presencia en el mercado. El 60% de las Mypes tienen un total de 1 a 4 trabajadores. El 90% de los representantes tienen conocimiento en gestión de calidad. Llegó a las siguientes conclusiones: La mayoría de representantes legales de las Mypes son personas adultas, sus edades fluctúan entre 31 a 50 años, la mayoría son del género masculino, cuentan con estudios secundarios. La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen funcionando en el mercado por más de 07 años a más, y la cantidad de trabajadores que cuentan estas Mypes son de 01 a 04. La gran mayoría de los representantes legales de las Mypes si tienen conocimiento en gestión de 10 calidad, pero no existe interés en poner en práctica los diferentes procesos que te ofrece la gestión de calidad.

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación denominado “Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017”; tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote en la ciudad de Sullana, quien tuvo como objetivo general : Determinar las características de gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el Leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017, empleó la metodología fue no experimental-transversal-descriptivo-cuantitativo. La primera población para la variable gestión de calidad está conformada por 5 trabajadores, siendo la muestra. La segunda población para la variable atención al cliente se considera infinita, la cual está conformada por los clientes del restaurante, siendo la muestra 68; a quienes se les aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta, los principales resultados y conclusiones fueron que el 57% de los clientes señalaron que la mayoría de veces se le agradece por su visita, el 69% señalaron que a veces la atención del servicio es rápida, el 49% señalaron que la mayoría de veces la actitud del personal es amable, cortés y agradable, y concluyó que la percepción para la mayor parte

de los clientes encuestados del restaurante “El Leñador y algo más” es regular, pues señalaron que la mayoría de veces se sienten satisfechos con el servicio brindado, aspectos que se ven reflejados al indicar que la mayoría de veces los platos de comida son apetitosos y servidos con una temperatura adecuada, que siempre el local y los empleados poseen aspecto limpio y que siempre los mobiliarios se encuentran en buenas condiciones. Se determinó que a veces los empleados del restaurante atienden o reciben a los clientes al momento que ingresan al local, siendo casi nunca que lo acompañan hacia la mesa, la mayoría de veces su actitud es amable, la atención del servicio a veces es rápida, la mayoría de veces los empleados muestran disponibilidad para ayudar a los clientes y por último la mayoría de veces se soluciona de manera proactiva cualquier duda o problema que se tenga dentro del local.

Pérez (2017), En su investigación titulada “*Gestión de Calidad en el servicio al cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de villa rica, oxapampa, pasco, año 2016*”, tuvo como objetivo general: Analizar las principales características de la gestión de calidad en el servicio al cliente de las Micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. El diseño de investigación que utilizó fue No experimental, transversal y descriptivo. Con una población constituida por 10 Micro empresas de este rubro y utilizó una muestra dirigida al total de la población. Obtuvo los siguientes resultados: El 60% de los representantes de las Mypes son propietarios de sus empresas. El 40% de los representantes tienen entre 1 a 3 años de ocupación en el cargo. El 60% de los encuestados tienen entre 18 a 30 años de edad. El 50% son de género masculino. El 60% tienen un grado de instrucción de educación superior no universitario. El 70% de las Mypes tienen entre 4 a 5 años de permanencia en el mercado. El 70% de las Mypes cuentan desde 1 a 3 trabajadores. El 50% de las Mypes cuentan con personal colaborador familiar

externo. 80% tienen conocimiento del término gestión de calidad. El 70% de los encuestados si aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. Asimismo, llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes son personas jóvenes ya que sus edades fluctúan entre 18 a 30 años de edad, la mitad de los encuestados son de género masculino, la otra de género femenino y la mayoría de están cuentan con un grado de instrucción de nivel no universitario. La mayoría de las Mypes han posicionado la calidad de sus productos, teniendo como efecto la fidelización de 6 clientes. La mayoría de estas Mypes cuentan con 1 a 3 colaboradores que generalmente son eventuales. La mayoría de los representantes tienen conocimiento acerca del término gestión de calidad, de igual manera la gran mayoría consideran que una buena gestión de calidad genera una mejora continua en la empresa.

#### **Antecedentes Locales.**

Siesquen (2019), En su investigación titulada “*Gestión de Calidad en atención al cliente en el micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017*”. Obtuvo el presente estudio de investigación tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental transversal descriptivo, para el recojo de la información se utilizó una población de 14 micro y pequeñas empresas, a quienes se le aplico un cuestionario de 19 preguntas cerradas, a través de la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 64.29% de los representantes tienen una edad promedio de 31 a 50 años. El 85.71% son de género masculino. El 71.43% son los dueños. El 85.71% tiene de 1 a 5 trabajadores en sus

negocios. El 100.00% fueron creadas para generar ganancias. El 71.43% tiene poco conocimiento con respecto al término de gestión de calidad. El 71.43% no emplea ninguna técnica moderna. El 71.43% de su personal tiene poca iniciativa. El 57.14% emplea la observación. El 71.43% no contribuye a la mejora de su empresa. El 71.43% el producto que entrega. El 100.00% brinda un buen servicio al cliente. El 100.00% tiene un personal calificado. El 57.14% incremento sus ventas. Finalmente se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, quienes dirigen sus negocios, y no aplican la gestión de calidad porque tienen poco conocimiento del tema.

Vasallo (2018), En su investigación titulada “*Gestión de Calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*”, obtuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en la atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro agencias movistar móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016. Utilizó como diseño de la investigación no experimental-transversal-descriptiva, utilizó una población de 15 micros y pequeñas empresas del sector servicio, y su muestra de 13 Mypes la cual aplicó con la técnica del sondeo aleatorio. Obtuvo los siguientes resultados: el 69% de los representantes de las Mypes tienen de 31 a 50 años. El 62% de los representantes son de sexo masculino. El 54% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria. El 77% de los representantes son dueños. El 69% de los representantes vienen desempeñando en el cargo de 07 años a más. El 85% de las Mypes tienen 07 años a más de permanencia en el rubro. El 69% de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. El 62% de las Mypes trabajan con familiares. El 100% de las Mypes tienen como objetivo de creación generar ganancias. El 92% de los representantes si conocen el término gestión

de calidad. El 100% de encuestados conocen la técnica de atención al cliente. El 61,5% de los encuestados tienen un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad. El 69% de los encuestados usan la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal. El 92% de los encuestados dijeron que si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio. El 85% de los encuestados respondieron que si ayuda la gestión de calidad a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa. El 100% de las Mypes conocen el término de atención al cliente. El 100% de las Mypes aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes. El 100% de los encuestados consideran fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento. El 54% de los encuestados mencionan que la atención que brindan es buena. El 62% de los encuestados opinan que la mala atención que se está dando a los clientes es por una mala organización de los trabajadores. El 100% de las Mypes consideran que si es eficiente su empresa cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes. El 100% de las Mypes consideran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa en el mercado.

Jauregui (2017) en su trabajo de investigación titulado “Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote 2014”, tuvo como objetivo: Determinar las principales características de gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de nuevo Chimbote, 2014, utilizó como diseño de investigación no experimental-transversal-descriptivo, una población de 26 micro y pequeñas empresas pertenecientes al sector servicio – rubro restaurantes y determinó una muestra dirigida de 22 Mypes que aceptaron participar en la investigación. Obteniendo como resultado: El 50% de los representantes de las Mypes tienen una edad promedio de 18 a 30 años. El 50% de los representantes

son de género masculino. El 37,5% de los representantes son los dueños. El 37,5% de las Mypes tienen más de 07 años en el rubro. El 62,5% de las Mypes tienen entre 1 a 3 trabajadores. El 100% de las Mypes tienen como objetivo maximizar ganancias. El 100% de las Mypes desconocen el término gestión de calidad. El 75% de los representantes de las Mypes utilizan la técnica del liderazgo. El 100% de los representantes de las Mypes perciben en que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos. Concluyendo que la totalidad de las micro y pequeñas empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo, por lo tanto, se puede decir que la mayoría de las Mypes si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término, la totalidad tiene como finalidad maximizar ganancias para apoyar a sus familias, la mayoría tienen una permanencia en el rubro de 07 años, esto les ha permitido posicionarse mejor, así mismo en su mayoría cuentan entre 1 a 3 trabajadores, la mayoría de los representantes de las Mypes son jóvenes ya que tienen una edad que oscila entre 18 a 30 años, cuentan con experiencia significativa en el rubro, la mayoría son de género masculino, son ellos los emprendedores de sus negocios y cuentan con estudios superiores no universitarios, finalmente son dueños propios.

Rodríguez (2017) en su trabajo de investigación titulado Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote – año 2016, tuvo como objetivo general, determinar la influencia de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote-año 2016. La investigación fue de tipo investigación cuantitativo, nivel aplicada, de diseño no experimental/transversal, se utilizó una muestra de 266 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas,

obteniendo los siguientes resultados, los clientes consideran que el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. El 64,7% considera que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad. El 49,2% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado. El 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes. El 64,7% menciona que siempre el servicio y atención recibida es bueno. El 67,7% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos. El 81,2% está satisfecho con el servicio recibido. Donde se concluye, la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos. Esto quiere decir que gracias a la capacitación a los trabajadores para brindar una buena atención sumado a la rapidez de la entrega de los productos hace que los clientes sean frecuentes y por lo tanto se fidelicen con las empresas.

Serrano(2017), En su investigación titulada *“La Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en el distrito de santa, 2015”*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Santa, 2015. La investigación fue de tipo investigación cuantitativa y se obtuvieron los siguientes resultados. El 66,7% tiene edades entre 31 y 50 años. El 100% pertenece al género masculino. El 66.7% de los representantes encuestados, tiene estudio superior no universitario. El 100% de encuestados es dueño del establecimiento. El 66,7% de los propietarios encuestados de la MYPE en estudio, manifiestan que el tiempo que llevan en el rubro es de 4 a 6 años. El 66,7% de los propietarios encuestados, tiene

trabajadores a cargo entre 0 a 3 colaboradores. El 100% de los encuestados ha creado su MYPE, con la finalidad de generar ganancias. El 66,7% de los encuestados manifiesta que sí tienen un plan de negocio estratégico. El 66.7% manifiesta que la Gestión de calidad si contribuye al mejoramiento del negocio. El 100% opta por el Benchmarking. El 100% de propietarios encuestados manifestó usar la observación. El 100% de los propietarios encuestados manifestó que el resultado que logro con la aplicación de la técnica de gestión, fue tener clientes satisfechos. Conclusiones: La mayoría de los propietario, son personas adultas relativamente jóvenes con edades que fluctúan entre los 31 a 50 años, predominando entre los propietarios el género masculino, esto es debido a que se considera las ferreterías como un centro de trabajo rudo; la mayoría cuenta con estudio superior no universitario y todos los encuestados son dueños de su negocio con más de 7 años a cargo de la administración. La mayoría de las MYPE, tiene una permanencia en el rubro de 4 a 6 años, esta misma mayoría cuenta con un número de colaboradores de 0 a 3 personas y todos los encuestados crearon su MYPE para generar ganancias. En gestión de calidad, se concluye que en la mayoría de las MYPE, los propietarios si tienen un plan de negocio estratégico y esta mayoría también cree que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, también concluimos que el total de encuestados manifiesta utilizar el benchmarking como herramienta de Gestión y que su personal es competitivo y utiliza la observación como técnica de evaluación y para este total de encuestados, los resultados que logro en su MYPE con la aplicación de la Gestión de calidad fue tener clientes satisfechos.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación.**

### **2.2.1. Bases teóricas.**

#### **2.2.1.2 Micro y pequeñas empresas.**

##### **Concepto.**

Las micro y pequeñas puede estar constituida por una persona natural o jurídica, bajo de cualquier organización o gestión empresarial siempre y cuando este contemplada en una legislación vigente, que tiene como desarrollar bienes y servicios que ayudara económicamente a los pequeños emprendedores y así también beneficiando a la sociedad de bajo recursos así también a las municipalidades ya que tener micros y pequeñas empresa en cada distrito se puede sostener la economía y la satisfacción de las personas que dispongan de algún bien o servicio . Cuando esta ley se hace mención a la sigla de las micro y pequeñas empresas las cuales no obstante en el tamaño y características propias tienes la misma igualdad de tratamiento de la presente (Ley 28015, 2015).

##### **Características.**

Las micro y pequeñas empresas deben reunir características recurrentes como:

El número total de trabajadores y niveles de venta anuales.

- La microempresa abarca de 1 hasta 10 trabajadores y el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT
- La pequeña empresa abarca de uno 1 hasta 50 trabajadores y el monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT.

Las entidades públicas y privadas uniformizan sus criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector (Ley 30056, 2015).

### **Importancia.**

Las micro y pequeñas empresas son de vital importancia dentro de un área productiva donde la gran parte de población trabajan en una de ellas para generar ganancias, generan igualdad, trabajan por igual los dueños y trabajadores, también podemos decir que agregar un valor económico a los diversos países, así también mejora la calidad de vida de los emprendedores y genera nuevos empleos, también como más competencia en el mercado, mejores precios para los consumidores ya que ellos serán los más beneficiados por algún bien o servicio (Merchand, 2015).

### **Tipos y clasificación.**

En estas pymes veremos los tipos y clasificaciones basadas a características de activos, tamaño y familia, etc. entra ellas tenemos:

- **Famiempresas:** Se caracterizan por una forma de organización familiar, eso nos quiere decir que la organización solo puede estar en un núcleo más privado como su propia familia o un amigo muy cercano que sea de confianza, que así se pueda expandir el negocio que se planeó crear desde un comienzo, ya que se hacen socios solo en un círculo más cerrado que ya no se pueden involucrar personas desconocidas como también se puede decir que solo atienden a mayoría de personas de una población pequeña.
- **Microempresa:** Ya como se mencionó en una micro empresa solo pueden entrar el máximo de 10 empleados, que la mayor parte de inversión puede dar los mismos familiares pueden aportar porque podemos decir que una famiempresa puede transformarse en una microempresa o si en caso la micro empresa no se formó de un entorno familiar también, podemos decir que se puede crear por un círculo familiar, podemos decir que en las microempresas cuando generan ganancias invierten en el mismo producto que se está brindando no tienen la capacidad de

expandirse, solo puedes satisfacer las necesidades de un consumidor que ya tiene por costumbre de lo que se sirve o vende ahí.

- Pequeña Empresa: Esta organización presenta el mayor número de empresas industriales existentes en los países y su desarrollo es dar mar bienes y servicios tradicionales, por su elevado número que es una de las características cuanto a la comparación a la microempresa y tipos de bienes que produce se encuentran enfrentas en una competencia intensa debido a que hay más pequeñas empresas que micro y no tienen un precio precisó en el mercado, también podemos decir que en los últimos años ha beneficiado a muchos empleados porque el nivel de exigencia no es tan grande como una mediana o empresa, así también puede ayudar a muchos de bajos recursos a conseguir empleo rápidamente.
- Mediana Empresa: Las medianas empresas tienen por características de una pequeña empresa y una gran empresa porque ocupa la mayor producción de productos finales, tales como textiles, plásticos, electrodomésticos y etc. Con relación a su recurso humano esta puede tener el mayor número de empleados, recibe mayor remuneración de una pequeña empresa, pero inferior a la gran empresa pero aun así es más fácil poder ingresar ya que necesitan mayor número de mano de obra para beneficio de la media empresa y personal.

No importa como el tamaño de una empresa, lo importante es satisfacer las necesidades y gustos de los clientes ya que de ellos de penderá el crecimiento e ingreso de la economía de un país o un hogar para poderse mantener a su población tranquila y con todos los recursos de satisfacción posible (García, 2015).

### **2.2.1.3. Gestión De Calidad.**

#### **Concepto.**

En las micro y pequeñas empresas más funcionan en esta clase de herramientas porque tiene que ver la calidad de algún producto o servicio, velar por la satisfacción de los clientes finales, es tomar el control, planificación y evaluación con comportamiento de la empresa ya que es muy importante ver cómo está avanzando la empresa y como está beneficiando a los consumidores ya que de ellos dependerá la estabilidad de las empresas (Gonzales, 2017).

#### **Características.**

La gestión de calidad es el enfoque en hechos para poder tomar decisiones fundamentales, que son aquellas basadas en el análisis de todos los datos y la información que se maneja en una empresa (Pozo, 2018).

- Sistemas ISO 9001, personalizados 100% a las necesidades de cada cliente y a su actividad, diseñando nuevos procesos, indicadores y operativas o adaptando los ya existentes.
- Gestiona y controla los procesos, definiendo las actividades o procesos (diseño, prestación del servicio, formación, compras...) desarrollados por la organización y su interacción con el resto de los procesos.
- Garantiza el cumplimiento de los requisitos de los clientes al ser el elemento de entrada para el diseño y definición de los procesos productivos.
- Aumenta la relación y control de proveedores con el objetivo de garantizar la correcta prestación del servicio.

- Seguimiento y medición de los procesos a través de indicadores diseñados para los procesos. Base para el análisis de la eficacia y eficiencia del sistema de cara a la mejora del mismo.
- Integrable con otros sistemas basados en el ciclo de Mejora Continúa como ISO 14001 de gestión ambiental, OHSAS18001...
- Estructurado según el ciclo de Mejora Continua (PDCA). Planificar - Hacer - Verificar - Actuar.
- Permite la certificación y reconocimiento del sistema por parte de una Entidad de Certificación.

### **Clasificación.**

Según las organizaciones estudiadas, existe una gran diversidad en cuanto a la clasificación de procesos, encontrando algunas que los dividen en procesos directivos, operativos y de soporte, o en procesos estratégicos, fundamentales y de soporte y un largo etcétera. Lo cierto es que la norma no especifica ninguna clasificación. Ni tan siquiera dice que estos deban clasificarse de modo alguno. La única utilidad que se ha encontrado a lo largo de este estudio es la de identificar cuales deberán ser analizados con más detenimiento debido a la repercusión sobre la satisfacción del cliente (López, 2016).

### **Importancia.**

Es un herramienta muy importante que va junto con el marketing cuyos objetivos es mejorar los resultados del producto y distribución mediante de la planificación de estrategias dentro del algún servicio o comercio que logren satisfacer al consumidor que se desea atraer, también se puede decir es un concepto orientado a cubrir la demanda potencial del consumidor final en áreas concretas ya que una gestión bien planificada puede beneficiar a la micro y pequeña empresa (Meana, 2017).

## **Herramientas de Gestión.**

Toda empresa necesita demanda de sus productos o servicios y que su supervivencia depende de ella así como sus acciones en un mercado o en un nicho, las empresas también necesitan recursos si no disponen de ello será muy agobiante poder satisfacer la demanda sin dinero sin equipos, sin personas y sin tecnología de la información entre otros muchos recursos por lo tanto necesitaremos estas herramientas de gestión para establecernos y mejorar una empresa (Díaz, 2015).

- La mejora continua: Este método existió en Japón y no demoró en implantarse en las cadenas de producción del sector automovilístico. Se define que una mejora pequeña y constante es mejor que una mejora grande, así que para lograr grandes cosas hay que dar pequeños pasos a corto plazo para lograr el objetivo a largo plazo.
- Empowerment: Es una técnica que es muy usada en empresas que prestan atención a sus trabajadores que en sí el significado es empoderamiento en términos sencillos y prácticos es darle más poder a la gente, delegar autoridad a los empleados para que pueden decidirse de su propio trabajo y encuentren menos barreras en la ejecución de mejoras, solución de conflictos, etc.
- Coaching: El proceso de coaching se crea alrededor de un proceso de confianza entre un cliente dispuesto a cambiar y aprender y un coaching profesional acreditado por una organización reconocida, durante esa interacción las conversaciones tienen la capacidad de transformar la manera de observar los problemas a través de preguntas poderosas el coach provoca reflexión al cliente este lo ayuda a contextualizar su realidad a crear conciencia de su estado actual y fijar su visión a futuro para tomar mejores decisiones.
- Outsourcing: El outsourcing nace gracias a las diferencias económicas que existen entre los países factores como el salario mínimo de una especialización en un área

hacen que sea mucho más atractivo producir un bien o servicio en un país. Los países que atraes más este trabajo seria India y China, así como el outsourcing tiene muchos beneficios también tiene consideraciones implicaciones que se deben considerar antes de adoptarla como estrategia.

- **Reingeniería:** La reingeniería es como la revisión fundamental y el diseño radical de los procesos para alcanzar mejores y espectaculares en medidas críticas y actuales rendimientos, en conclusión podemos decir que es la mejora drástica del rendimiento de la empresa del rediseño total de sus procesos principales esto sin desechar el mejoramiento continuo a partir se reactiva según los procesos.

#### **2.2.1.4. Atención al Cliente.**

##### **Concepto.**

Es la gestión que se puede realizar a cualquier persona como en este caso lo conocemos como clientes, podemos decir que los clientes son la primera cara visible de una empresa por eso se debe realizar cordialidad y amabilidad además ellos pueden conocer más el producto que están por llevar ya que se muestra como una necesidad que se puede satisfacer ellos conocen el producto y de la competencia se debe hacer toda lo que lo posible para que esa impresión permanezca al cliente vemos que en el sector comercio tiene mucho que ver según estudios se vio que los únicos reclamos se pudo hacer, es la mala atención, lo cierto es que en muchos casos encontramos jefes con muchas tareas y obligaciones como también personal desmotivado, lo mejor en ese caso tenemos que poner de prioridad y en primera fila a los clientes y satisfacer sus necesidades con buenas estrategias para mantenerlos fieles (Rodríguez, 2016).

### **Características.**

Todo dueño o empleado de una compañía exitosa te dirá que un servicio de atención al cliente es clave para el éxito del negocio. Sin un departamento de servicio que satisfaga a los clientes, la lealtad puede no ser lograda y los clientes pueden no regresar. La información sobre un servicio de atención al cliente pobre se esparce de boca a boca y desanima a los nuevos clientes a probar tu producto o servicio. Varias características deben estar presentes en un representante de servicio de atención al cliente (Aceña, 2016).

- **Habilidades de escucha:** Un representante de servicio de atención al cliente debe poder escuchar las necesidades del mismo. Toma nota y resume las palabras del cliente para repetirlas y que así haya entendimiento. En vez de planear la respuesta mientras el cliente habla, escucha con la meta de comprender.
- **Habilidades de pregunta:** Aquellos que están en el servicio de atención al cliente saben que hacer las preguntas correctas puede arrojar las respuestas necesarias para resolver el problema. Las preguntas de calidad ayudan a descubrir las necesidades, metas, objetivos y preocupaciones reales de los clientes para que el representante pueda trabajar para pueda resolverla y aliviar las preocupaciones.
- **Responsable:** Para trabajar en el servicio de atención al cliente, se debe tener responsabilidad. Ésta es bilateral, ya que cubre la responsabilidad en la concurrencia, el servicio, lealtad y actitud. También cubre la habilidad del agente de tomar responsabilidad por los errores y resultados, sabiendo que sus propias acciones determinan los resultados en situaciones con clientes.
- **Sensible:** Cada necesidad, pregunta o preocupación es resuelta en el servicio de atención al cliente de calidad. Saltar una pregunta porque la respuesta no se sabe puede dejar a un cliente sintiéndose ignorado. Muchas consultas relacionadas al

servicio son multifacéticas por lo que es importante responder completamente a una consulta antes de seguir con otra.

- Entendido: Los agentes de servicio de atención al cliente deben ser completamente expertos en el departamento/producto/servicio del cual son responsables. Junto a este conocimiento viene la confianza, la cual lleva a la satisfacción al cliente. Si surge una situación en la cual el agente no sabe la respuesta, debe estar dispuesto a admitir su desconocimiento y encontrar la respuesta o remitir al cliente a un representante que sepa la respuesta.
- Completo: Un representante de servicio de atención al cliente debe resolver una situación hasta completarse. En lugar de ser rápido para desligarse del problema o estar con dudas para resolver las necesidades de un cliente, el agente debe ser exhaustivo y trabajar a través de cada situación paso a paso hasta que esté resuelta.
- Puntual: El servicio de atención al cliente es mejor cuando es rápido. Dejar que un cliente tenga que esperar en la llamada o tienda por un representante disponible es inaceptable. La respuesta a tiempo a un pedido, pregunta, preocupación o problema es el primer paso a una solución. Esto puede no siempre ser veloz, pero debería ser eficiente y exhaustivo.
- Preciso: Toda información emitida por un representante de servicio de atención al cliente debe ser 100% segura. Sean instrucciones de ensamblaje o desempeño, o información acerca de garantías, todo debe ser objetivo. Junto a la precisión de hechos, el representante debe ser preciso en las acciones realizadas por parte del cliente.

### **Importancia.**

Sabemos que el cliente siempre va a tener la razón a pesar por falta de conocimientos o tratos, pero las empresas deben adaptarse a ellas y seguir brindando

buenos servicios ya que los clientes son la pieza clave de cualquier negocio de ellos dependerá de que un producto o empresa de caiga, con buenos tratos y buen servicio el cliente saldrá satisfecho y si aún más el posible cliente se trata de una figura reconocida y se alegra por el buen rato se convertirá en un fiel cliente eso puede pasar con cualquier persona así se volverán los clientes más fieles a pesar de dificultades que pase la empresa (Fernández, 2017).

### **2.3. Bases conceptuales**

**Micro y pequeñas empresas.** Una empresa se llega a definir como operativa organizada, junto con especialidad y los recursos para la elaboración de productos o prestación de servicios, con el fin de posicionarlos de mejor manera en el mercado para obtener ganancias La densidad de capital relaciona el valor de los activos fijos con el número de trabajadores del establecimiento. Mucho se recurre a este indicador para calcular la inversión necesaria para crear puestos de trabajo en la Pequeña Empresa.

**Gestión de Calidad.** La gestión de calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo. Así que, antes que nada, tenemos que hacer hincapié en que no se quiere identificar los errores cuando ya se han producido, sino que se deben evitar antes de que ocurran.

**Atención al cliente.** La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio. La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción.

### **III. Hipótesis**

En este presente trabajo de Caracterización de la Atención Al Cliente Como factor relevante para la Gestión De Calidad en las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes De Comida Oriental de la Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019, no presenta hipótesis por ser una investigación descriptiva.

### **IV. Metodología**

#### **4.1 Diseño de la Investigación**

Para desarrollar el presente trabajo de investigación fue un diseño No experimental – transversal- descriptivo-cuantitativo

Será no experimental- transversal, porque el diseño de investigación no variará a la realidad y porque se recolectará datos en un solo momento y en un tiempo determinado en las mypes de atención al cliente como factor relevante para la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019, solo se observara conforme la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

El nivel de Investigación fue descriptivo, porque se pretende establecer algunos puntos como describir, comprender, registrar e interpretar las principales características de la Atención al cliente como factor relevante para la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019.

Este tipo de trabajo de investigación fue cuantitativo, porque se aplica instrumentos de medición, donde los datos numéricos de las variables serán expresados por un análisis estadístico, la cuales servirán para un estricta medición y evaluación.

#### **4.2 Población y Muestra**

Población

Estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019. Obtenido mediante un sondeo para encontrar la cantidad de micro empresas. (Ver anexo 3)

#### Muestra

Estuvo conformada por el 100% de la población es decir por las 10 micro y pequeñas empresas del sector restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019.

### 4.3 Definición y operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Las personas que salen en representación de las micro y pequeña empresa	Edad	-18-30 - 31-50 - 51 a más	Ordinal
		Genero	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	Sin instrucción -Primaria -Secundaria -Superior No -Universitaria -Superior Universitaria	Nominal
		Cargo	- Dueño -Administrador - Gerente	Ordinal
		Año que se desempeña En el cargo	- 1 a 3 - 4 a 6 - 7 a más	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
De las micro y pequeñas Empresas.	Las Micro y pequeñas empresas son las unidades económicas se son constituidas por personas naturales o jurídicas la importancia para una municipalidad con poca población son las micro y pequeñas empresas ya que pueden sostener económicamente A una ciudad.	Las micro y Pequeñas empresas Cuentan con una Demostración de Procedimientos e Indicadores Para la respectiva Medición, desde un Cuestionario de Como se están Desarrollando las Actividades de una Micro y pequeña Empresa.	Tiempo de la Empresa en el rubro	-0 a 5 años -4 a 6 años -7 a más años	Ordinal
			Numero de trabajadores	-1 a 5 trabajadores -6 a 10 trabajadores -11 a más trabajadores	Nominal
			Las personas que Trabajan en las empresas	-Personas familiares -Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de Creación	-Generar ganancias -Subsistencia	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Atención al cliente Como factor relevante En Las micro y Pequeñas empresas.	Atención al cliente es una técnica o herramienta de la gestión que permita desarrollar nuevas estrategias de cómo atraer y satisfacer las necesidades de los clientes, es importante que una empresa tenga una atención de buena calidad por el bien de la empresa.	Conoce el termino Gestión de Calidad	- Si - No - Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Técnicas modernas de la gestión de calidad	- Benchmarking - Atención al cliente - Empowerment - La 5 s - outsourcing - otros - Ninguno	Nominal
		Dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de Gestión de calidad	- Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	- La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación de 360° - Otros	Nominal
		Gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del Negocio	- Si - No	Nominal
		Gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos Y metas trazados por la empresa	- Si - No - A veces	Nominal
		Termino Atención al cliente	- Si - No - Tengo cierto Conocimiento.	Nominal
		Gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	- Si - No - A veces	Nominal

		Atención al cliente es fundamental para que Éste regrese al establecimiento	- Si - No	Nominal
		Herramientas que utiliza para un Servicio de calidad.	- Comunicación - Confianza - Retroalimentación - Ninguno	Nominal
		Principales factores que para la calidad al servicio que brinda.	- Atención personalizad - Rapidez en la entrega de los productos -Las instalaciones -Ninguna	Nominal
		La atención que brinda a los clientes es:	- Buena - Regular - Malo	Nominal
		Porque considera usted se está dando una mala Atención al cliente.	- No tiene suficiente Personal. -Por una mala organización de los Trabajadores. -Si brindan una buena Atención al cliente.	Nominal
		Resultados logrado brindando una buena Atención al cliente.	-Clientes satisfechos -Fidelización de los clientes -Posicionamiento de la empresa - Incremento en las ventas	Nominal

#### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica que se empleó fue mediante una encuesta que se realizó a cada representantes de las micro y pequeñas empresas en investigación, según la variable de atención al cliente como factor relevante para la mejora de la gestión de calidad.

El instrumento que se realizó será de un cuestionario elaborado de 23 preguntas que será dirigido a los representantes de cada micro y pequeña empresa con la intención de poder medir el conocimiento que tiene cada uno de la variable atención al cliente como factor relevante a la gestión de calidad.

#### **4.5 Plan de Análisis**

- Se utilizó el programa Excel para agilizar los datos estadísticos de la información recolectada y tabularlo.
- Se utilizó el programa Word para describir y redactar toda la información recolectada mediante libros, artículos y cuestionario, como también actualizar la información.
- Se utilizó el programa PDF para entregar el proyecto final e imprimir para el anillado correspondiente.
- Se utilizó el programa Turnitin, para medir el nivel de plagio, para que la investigación sea más original.
- Se utilizó el programa Mendeley para que acomode todas las citas de la investigación a las referencias bibliográficas.
- Se utilizó el programa PowerPoint para la exposición de la trabajo de investigación final.

#### 4.6 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología
<p>¿La Incorporación como factor relevantes inciden en la Gestión de Calidad en atención al cliente en las Mypes des sector servicio, Rubro restaurantes de Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Identificar las características de la atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito de Casma, 2019.</p> <p><b>Objetivo específicos</b> 1.Establecer las principales características de los representantes de las micro o pequeña empresa del sector servicio, Rubro restaurantes de Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019.  2.Determinar las principales características de las micro o pequeña empresa del sector servicio, Rubro</p>	<p>Atención al Cliente como Factor Relevante para La Gestión de calidad</p>	<p>La población muestra 10 micro y pequeñas empresas del sector restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019.</p>	<p><b>Diseño de la Investigación:</b> No Experimental-transversal- Descriptivo-cuantitativo Por el tipo de investigación, es cuantitativa porque se utilizara instrumentos de medición.  El nivel de la investigación será descriptiva porqué, describirá toda la información recolectada.</p> <p><b>Población y Muestra:</b> Se aplico una encuesta a cada representantes de las micro y pequeñas empresas donde la población será de 10 micro y pequeña empresas del sector servicio rubro de restaurantes comida oriental. Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario</p>

<p>restaurantes de Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019.</p> <p>3. Estipular las características de Atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en un micro o pequeña empresa del sector servicio, Rubro restaurantes de Comida Oriental De La Avenida Gamarra, Distrito De Casma, 2019.</p>			
--	--	--	--

#### 4.7 Principios Éticos

El presente estudio de investigación se desarrolló respetando la privacidad de algunos representantes de las mypes que formaron parte de la investigación, así como también sus derechos fundamentales.

El Presente estudio de investigación se realizó con mucha responsabilidad, presentando el profesionalismo antes los posibles lectores asegurando el bienestar de los que participan en el presente estudio.

El presente estudio de investigación se realizó con estricto carácter y honestidad al recolectar todos los datos de las micro y pequeñas empresas, con la conciencia que esta información será vista por estudiantes, docentes y población en general.

El Presente estudio de investigación se realizó respetando todas la normas de investigación, establecidas por la Universidad Católica los ángeles de Chimbote así mismo mostrando profesionalismo, teniendo cuidado con los conflictos que se puedan generar con algunos representantes.

El presente estudio de investigación se realizó con voluntad en la búsqueda de información y con la conciencia que esté presente investigación servirá para los lectores.

## **V. Resultados**

### **5.1 Resultados**

**Tabla 01**

*Características de los representantes legales de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.*

Características del representante	N	%
<b>Edad</b>		
18 – 30 Años	2	20.00
31 – 50 Años	6	60.00
51 A Más Años	2	20.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Genero.</b>		
Masculino	6	60.00
Femenino	4	40.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

Grado de Instrucción	0	%
Educación Básica	8	80.00
Superior No Universitaria	2	20.00
Superior Universitaria	0	0.00
TOTAL	10	100.00

Cargo que desempeña		
Dueño	7	70.00
Administrador	3	30.00
TOTAL	10	100.00

#### Años en el cargo.

0 a 3 Años	6	60.00
4 a 6 Años	2	20.00
7 a más Años	2	20.00
TOTAL	10	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Tabla 2.

*Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.*

Característica de la microempresa	N	%
<b>Años de la empresa en rubro</b>		
0 a 3 Años	5	50.00
4 a 6 Años	3	30.00
7 a más Años	2	20.00
TOTAL	10	100.00
<b>Numero de colaboradores</b>		
1 A 5 Trabajadores	9	90.00
6 A 10 Trabajadores	1	10.00
11 A más Trabajadores	0	0.00
TOTAL	10	100.00
<b>Personal que labora en la empresa</b>		
Familiares	6	60.00
Personas No Familiares	4	40.00
TOTAL	10	100.00
<b>Finalidad de la empresa</b>		
Generar Ganancia	7	70.00
Subsistencia	3	30.00
TOTAL	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad de la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Característica de la Gestión de calidad		
Termino gestión de calidad	N	%
Si	2	20.00
No	5	50.00
Tiene Cierta Conocimiento	3	30.00
TOTAL	10	100.00
Técnicas modernas de la Gestión		
<b>Benchmarking</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>
Atención Al Cliente	3	30.00
Empowerment	0	0.00
La 5 S	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	2	20.00
Ninguno	5	50.00
TOTAL	10	100.00
Las dificultades que tienen los trabajadores		
<b>Poca Iniciativa</b>	<b>7</b>	<b>70.00</b>
Aprendizaje Lento	3	30.00
No se adapta a los Cambios	0	0.00
Desconocimiento del Puesto	0	0.00
Otros	0	0.00

TOTAL	10	100.00
-------	----	--------

---

Las técnicas para medir el rendimiento del personal

<b>La Observación</b>	<b>6</b>	<b>60.00</b>
La Evaluación	2	20.00
Escala De Puntuaciones	0	0.00
Evaluación De 360°	0	0.00
Otros	2	20.00
TOTAL	10	100.00

---

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

<b>Si</b>	<b>10</b>	<b>10.00</b>
No	0	0.00
TOTAL	10	100.00

---

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados

<b>Si</b>	<b>8</b>	<b>80.00</b>
No	0	0.00
A veces	2	20.00
TOTAL	10	100.00

---

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad de la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Característica de atención al cliente	N	%
<b>Conoce el término atención al cliente</b>		
Si	7	70.00
No	0	0.00
Tengo Cierta Conocimiento	3	30.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<i>Se aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes</i>		
<b>Si</b>	<b>8</b>	<b>80.00</b>
No	0	0.00
A veces	2	20.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Cree que la atención al cliente es fundamental</b>		
<b>Si</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
No	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Herramientas que utiliza para un servicio de calidad</b>		
Comunicación	6	60.00
Confianza	3	30.00
Retroalimentación	0	0.00
Ninguno	1	10.00

TOTAL	10	100.00
Principales factores que brinda para una buena atención al cliente.		
Atención Personalizada	3	30.00
Rapidez En La Entrega De	6	60.00
Los Productos	1	10.00
Las Instalaciones	0	0.00
Ninguno		
TOTAL	10	100.00

La atención que se brinda a los clientes.

Instrucciones	Frecuencia Absoluta	Porcentaje %
Buena	9	90.00
Regular	1	10.00
Malo	0	0.00
TOTAL	10	100.00

Considera que se está dando una mala atención al cliente.

No Tiene Suficiente Personal	2	20.00
Por Una Mala Organización De Los	7	70.00
Trabajadores		
Si Brindan Una Buena Atención Al Cliente	1	10.00
TOTAL	10	100.00

Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente.

Cientes Satisfechos	2	20.00
Fidelización De Los Clientes	4	40.00

Posicionamiento De La Empresa	2	20.00
Incremento En Las Ventas	2	20.00
TOTAL	10	100.00

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

## 5.2 Análisis de Resultado

Tabla 1

Características de los representantes legales de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Se determinó que la edad promedio de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro, el 60.00% tiene entre alrededor de 31 a 50 años. Estos resultados coinciden con Vasallo (2018) donde indica que el 69.00 % tiene de 31 a 50 años, además coincide con la investigación de Siesquen (2019) donde el 64.29% de los representantes tienen una edad promedio de 31 a 50 años, mientras en la investigación de Goicochea (2017) también nos dice que el 80.00% de los representantes tienen una edad de 31 a 50 años, seguidamente en la investigación de Cavalié (2018) finalmente coincide que el 40.00% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, dando a concluir que diversos trabajos de investigación de diferentes autores dan a conocer que los representantes son de 31 a 50 años de edad, donde se espera que en el futuro los jóvenes tengan mente de emprendedor y no esperar llegar a una edad promedio para construir su propio negocio.

Con respecto al género, se determinó que cada representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro, se consideró que el 60.00% de los representantes son masculinos, dando a coincidir con Cavalié (2018) donde nos dice que el 100.00% son

masculinos, así mismo coincide en la investigación de Goicochea (2017) nos da a conocer que el 70.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, de la misma forma coincide con Pérez (2017) dando a conocer que el 50.00% son de género masculino, tal como en la investigación de Siesquen (2019) considera que el 85.71% son de género masculino, finalmente coincide con Vasallo (2018) nos dice que el 62.00% de los representantes son de sexo masculino, concluyendo, vemos que mayor parte de las investigaciones son de sexo masculino dejando atrás al sexo femenino, donde se recomienda que las sexo femenino también pueden crear su propio negocio con buena orientación de su futuro y dedicación.

En el grado de instrucción de los representantes se determinó que el 80.00% llevo una educación básica así mismo coincidiendo con Goicochea (2017) donde nos da a conocer que el 40.00% de los representantes cuentan con estudios secundarios (educación básica), de igual manera coincidiendo con la investigación de Cavalié (2018) vemos que también coincide con las demás investigaciones y nos da a conocer que el 60.00% poseen con educación secundaria (educación básica), para diferenciar finalizamos con la investigación de Salas (2018) donde nos dice que el 40,90% de los representantes tienen el grado de instrucción técnico. En conclusión se propone que en las nuevas generaciones puedan terminar los estudios hasta llegar a una carrera universitaria y tener más conocimiento como se puede llevar una buena organización de desarrollo en una empresa.

En el cargo que desempeña cada representante se determinó que el 70.00% de los representantes son dueños, coincidiendo con la investigación de Cavalié (2018) donde dice que el 100.00% es dueño de la micro empresa, casualmente dando a coincidir con Goicochea (2017) donde se expresa que el 80.00% de los representantes son legalmente dueños de su mype, contrastando con Pérez (2017) donde nos dice que el 60.00% de los representantes de las Mypes son sus propios jefes, seguidamente por Siesquen

(2019) nos explica que en su investigación resulto que el 71.43% son los dueños de su propio negocio, finalmente en el trabajo de Vasallo (2018) contrasta que 77.00% de los representantes son dueños de sus mypes. Dando en conclusión se quiere decir que la mayor parte de las mypes llegan a ser dirigidas por el propio dueño, esperando así una mejor capacitación a jóvenes que puedan emprender su propio negocio y poder contribuir a la sociedad.

El tiempo que desempeña en el cargo cada representantes de las micro y pequeñas empresas se determinó que el 60.00% tienen de 0 a 3 años, coincidiendo con Pérez (2017) donde nos dice que 40.00% de los representantes tienen entre 1 a 3 años de ocupación en el cargo, por último coincide con Cavalié (2018) que nos advierte que el 50.00% tiene de 0 a 3 años en el cargo según su investigación, Finalmente en una investigación distinta de Vasallo (2018) muestra que el 69.00% de los representantes vienen desempeñando en el cargo más de 7 años. Concluyendo, vemos que mayor parte de los representantes llevan muy poco tiempo desempeñando el cargo, esperamos que sigan manteniendo ese liderazgo con responsabilidad y acciones de mejores para el crecimiento de su negocio.

Tabla 2.

Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas se determinó que el 50.00% son de 0 a 3 años, donde se acerca a coincidir con Salas (2018) donde nos da a saber que el 45,50% tienen de 1 a 2 años su empresa en el mercado, Encontrando diferencia en la investigación de Goicochea (2017) nos dice que el 60.00% de sus mypes tiene de 7 años a más de permanencia, finalizando encontramos una pequeña diferencia con el trabajo de investigación de Pérez (2017) nos muestra que el 70.00% de las mypes tienen de 4 a 5 años de permanencia en el mercado. Dando en conclusión una temprana

permanencia en el mercado de cada mype, esperando un mejor desarrollo de una buena gestión para seguir perdurando por más tiempo en el mercado y no ser perjudicado por cualquier problema externo.

Número de Trabajadores de las micro y pequeñas empresas se concidero que el 90.00% son de 1 a 5 trabajadores, donde se a semeja a coincidir con el trabajo de investigacion de Goicochea (2017) donde nos dice que el 60.00% de las Mypes tienen un total de 1 a 4 trabajadores, considerando con la investigación de Goicochea (2017) donde nos muestra que el 60.00% de las Mypes tienen un total de 1 a 4 trabajadores, igualmente con Vasallo (2018) donde se consideró que el 69.00%de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores, finalmente coincidiendo con el trabajo de investigación de Siesquen (2019) el 85.71% tiene de 1 a 5 trabajadores en sus mypes, Concluyendo que en la mayor parte de investigadores en las mypes no pasan de 5 trabajadores por considerarse una pequeña empresa que no necesita de mayor personal, recomendando a la mejorar la mentalidad de cada representantes, que si se puede agrandar su negocio para mayor capacidad de personal dando oportunidad laboral a las personas que lo necesitan.

Las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas se consideró que el 60.00% son familiares donde coincide con Vasallo (2018) se ve que el 62.00% de las Mypes trabajan con familiares, así mismo llegando a coincidir con Pérez (2017) donde nos muestra que el 50.00% de las Mypes cuentan con personal colaborador familiar, encontrando diferencia en la investigación de Cavalié (2018) nos dice que el 100.00% de personas que trabajan no son familiares. En conclusión vemos que la mayor partes de mypes son trabajados por el entorno familiar, esperando así para un futuro no muy lejano una buena estrategia de mercado para el crecimiento de las mypes y poder contratar a personas con bajos recursos dándoles la oportunidad de un trabajo digno.

Objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas se terminó que el 70,00% lo hace para generar ganancias, coincidiendo con el trabajo de investigación de Cavalié (2018) donde nos dice que el 90.00% se creó para generar ganancias, dando paso a la coincidencia de Siesquen (2019) donde de igual manera nos dice que 100.00% fueron creadas para generar ganancias, llegando de tal manera a coincidir con Vasallo (2018) donde nos trata de decir que el 100.00% de las Mypes tienen como objetivo de creación generar ganancias, en seguida de Jauregui (2017) donde igual manera coincide nos dice que el 100.00% de las Mypes tienen como objetivo en generar ganancias, finalmente en la investigación de Serrano(2017) de igual manera nos dice que el 100.00% de los encuestados ha creado su MYPE, con la finalidad de generar ganancias. Concluyendo que la mayor parte de las mypes investigadas creó su negocio con el fin de generar ingresos para poder suplantar los gastos de los productos para el servicio que se brindara, así mismo también poder invertir en la mejora de sus establecimientos y así poder dar una buena impresión al público.

### Tabla 3

Características de la Gestión de calidad de la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

El termino Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas se consideró que el 50.00% no conoce el termino de gestión de calidad, coincidiendo con Salas (2018) donde nos dice que el 63,60% dicen que no conocen cuales son los alcances de una gestión de calidad, también coincidiendo con Cavalié (2018) donde se explica al Respecto a la gestión de calidad diciendo que el 60.00% tienen desconocimiento de la variable gestión de calidad, finalmente coincidiendo con Jauregui (2017) de igual manera nos dice que el 100% de las Mypes desconocen el termino gestión de calidad. En

conclusión la mayor parte de representantes de las mypes desconoce el término gestión de calidad, la cual se espera una capacitación de información para el buen manejo de sus negocios, para un mejor desarrollo tanto al cliente y económicamente.

Las técnicas modernas de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas se determinó que el 50.00% representante no tiene ningún conocimiento de técnicas modernas de gestión de calidad, coincidiendo con Siesquen (2019) donde se muestra que el 71.43% no emplea ninguna técnica moderna, así mismo coincidiendo con Cavalié (2018) dando como resultado que el 40.00% desconocen las técnicas modernas de gestión de calidad, En diferencia con la investigación de Vasallo (2018) dice que el 100.00% de los encuestados conocen la técnica de atención al cliente. Concluyendo la falta de información hacia los representantes, la cual las técnicas modernas pueden mejorar la capacidad de un mejor desarrollo con sus negocios y con la finalidad de un trabajo impecable hacia los clientes donde beneficiaria bastante a las mypes.

Las dificultades que tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, se determinó que el 70.00% le falta iniciativa dando a coincidir con Siesquen (2019) que nos dice que el 71.43% de su personal tiene poca iniciativa, donde también coincide es en la investigación de Cavalié (2018) nos dice que el 50.00% cuentan con poca iniciativa en cuanto en las dificultades para la implementación de gestión de calidad, a diferencia con la investigación de Vasallo (2018) nos dice que el 61,50% de los encuestados tienen un aprendizaje lento para la implementación de gestión de calidad. Por lo tanto en conclusión el problema por la cual no pueden implementar la gestión de calidad es por el personal por la falta de iniciativa con el negocio, recomendando así a una buena capacitación de personal para hacer entender la importancia de la gestión de calidad hacia la empresa.

Las técnicas para medir el rendimiento del personal en las micro y pequeñas empresas se consideró que el 60.00% de los representantes utiliza la observación para medir el rendimiento de su personal, coincidiendo así con Vasallo (2018) donde nos dice que el 69.00% de los encuestados usan la técnica de la observación para medir el rendimiento de su personal dando paso Siesquen (2019) donde también coincide nos pone una cifra de 57.14% que emplea la observación para medir el rendimiento de su personal a diferencia de Cavalié (2018) nos dice que el 50.00% cuentan con la técnica de escala de puntuaciones para medir el rendimiento del personal. En conclusión vemos que los representantes de cada mype utilizan más la técnica de observación hacia sus subordinados, quizás dejando atrás las demás técnicas que también podrían servir de mucha ayuda para la medición del rendimiento del personal.

La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio en las micro y pequeñas empresas donde se determinó que el 100.00% de los encuestados si están de acuerdo que la gestión de calidad contribuye a un mejor rendimiento en las mypes, coincidiendo así con Serrano(2017) donde nos dice al igual manera que el 66.70% manifiesta que la Gestión de calidad si contribuye al mejoramiento del negocio, con la participación de Vasallo (2018) donde también coincide que el 92.00% de los encuestados dijeron que si contribuye la gestión de calidad a mejorar el rendimiento del negocio, finalmente coincidiendo con Cavalié (2018) nos muestra que el 80.00% si contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Concluyendo así que la mayor parte de representantes de las mypes están de acuerdo que la gestión de calidad es un buen instrumento de mejora para el rendimiento de sus negocios, tanto como para mejorar el trato a sus clientes y trabajadores.

La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por las micro y pequeñas empresas se determinó que el 80.00% respondieron, si ,dando a entender que

la gestión de calidad si ayuda a alcanzar objetivos y metas en las mypes, coincidiendo con la investigación de Jauregui (2017) donde nos da entender que el 100.00% de los representantes de las Mypes perciben en que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos, finalmente en la investigación de Vasallo (2018) nos dice que el 85.00% de los encuestados respondieron que si ayuda la gestión de calidad a alcanzar las metas y objetivos trazados en su empresa, al contrario con la investigación con Siesquen (2019) respondió que el 71.43% no contribuye a la mejora de su empresa. Concluyendo aquí vemos que la mayor parte de representantes de las mypes están de acuerdo que la gestión de calidad puede ayudar a alcanzar los objetivos y metas que se puedan plantear la empresa, para mejorar en la parte personal y económico, cosa que puede ser muy beneficioso para el representante saber más sobre el tema.

El término atención al cliente en las micro y pequeñas empresas se determinó que el 70.00 % de los encuestados respondieron que si conocen el término de atención al cliente, coincidiendo así con el trabajo de investigación de Vasallo (2018) donde nos trata de decir que el 100.00% de las Mypes conocen el término de atención al cliente a diferencia de la investigación de Rodríguez (2017) nos dice que El 49,20% considera que el proceso de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado donde se entiende que si entienden el termino de atención al cliente, también es diferente con la investigación de sala (2018) nos dice que el 59,10% respondieron que la gestión si está enfocado con las acciones de atención al cliente. En conclusión quiere decir que la mayor parte de mypes conoce el término de atención al cliente, esto es muy bueno para los representantes de cada mype ya que esta variable ayuda a optimizar el crecimiento deseado por el empresario, dando así resultados favorables para las mypes.

Se aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes en las micro y pequeñas empresas se determinó que el 80.00% aplica gestión de calidad para un buen

servicio a sus clientes, coincidiendo con Vasallo (2018) don se ve que el 100.00% de las Mypes aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, también vemos en coincidencia a Siesquen (2019) donde nos dice que el 100.00% brinda un buen servicio al cliente, finalmente coincidiendo con Pérez (2017)nos dice que el 70.00% de los encuestados si aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. Asimismo. Concluyendo que mayor parte de los encuestados aplican la gestión de calidad para un buen servicio al cliente, es bueno que las mypes estén empleando un buen servicio a sus clientes ya que les ayudara a permanecer en el mercado y tener clientes fidelizados para obtener la empresa en un mejor orden y ser recomendado por los clientes.

Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese a la micro y pequeña empresa se determinó que el 100.00% de los encuestados si está de acuerdo que las atención al cliente es una base fundamental para que el cliente vuelva, Coincidiendo así con Vasallo (2018)donde nos dice que el 100.00% de los encuestados consideran fundamental la atención al cliente para que regrese al establecimiento, también coincidiendo con Salas (2018) considero que el 63,60% respondieron que las mejoras en el servicio al cliente si ha contribuido en los resultado del negocio finalmente coincide con la investigación de Siesquen (2019) respondió que el 71.43% no contribuye a la mejora de su empresa . Concluyendo que la mayor parte de representantes respondieron que al brindar un buen servicio, lograron que sus clientes vuelvan, aquí vemos la importancia de brindar un servicio de calidad eso hará que el cliente se siente satisfecho con el trato que está recibiendo esperando así que todas las mypes que existan a nivel nacional sepan que un buen servicio tendrá clientes contentos.

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad en las micro y pequeñas empresas se determinó que el 60.00% de los encuestados utilizan la herramienta de la comunicación para una buena atención hacia sus clientes, coincidiendo con la

investigación de Rodríguez (2017) El 56,80% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes a diferencia de Salas (2018) nos dice que el 59,10% respondieron que la gestión si está enfocado con las acciones de servicio al cliente de igual manera a diferencia con la investigación de Sandoval (2015) se refiere a que los productos ofrecidos por lo que se realizaron una serie de lineamientos que consideran la atención al cliente. En conclusión se ve que la herramienta de la comunicación es muy importante para un buen servicio de calidad, no dejando atrás las demás herramientas que se puede tomar para un buen servicio al cliente, ya que todas las herramientas son importantes para aplicarlos en casos diversos de atención al cliente.

Principales factores que brinda para una buena atención al cliente en las micro y pequeñas empresas se consideró que el 60.00% entrega rápido los productos para una buena atención al cliente donde se asemeja con la investigación de Rodríguez (2017) el 81,20% está satisfecho con el servicio recibido a si mismo se asemeja con la investigación de Vasallo (2018) El 100% de las Mypes consideran que si es eficiente su empresa cuando atiende y da solución a los reclamos de los clientes, a diferencia con la investigación Siesquen (2019)El 71.43% el producto que entrega En conclusión vemos aquí que la mayor parte de negociantes toca un factor muy importante que es la entrega rápida del producto, se vio que este accionar mantuvo contentos a los clientes, por eso mismo es muy importante agilizar el trabajo para que el cliente no se estresa en la espera y así pueda regresar.

La atención que se brinda a los clientes en las micro y pequeñas empresas se determinó que el 90.00% respondieron que la atención que brinda es buena, concidiendo así con Vasallo (2018) donde nos muestra el resultado de 54.00% de los encuestados mencionan que la atención que brindan es buena, dando paso a Rodríguez (2017) donde también coincide que el 64,70% menciona que siempre el servicio y atención recibida es

bueno finalmente coincide con Siesquen (2019) El 100.00% brinda un buen servicio al cliente. En conclusión la buena atención al cliente que se brinda es buena viendo que la mayoría de mypes practicar este accionar significa que las mypes están aprendiendo a manejar la variable, vieron lo importante que es aplicarlo para que el cliente se sienta satisfecho y así lograr fidelizarlo.

Considera que se está dando una mala atención al cliente en las micro y pequeñas empresas se terminó que el 70.00% considera que es por la mala organización de los trabajadores, coincidiendo con Vasallo (2018) donde nos dice que 62.00% de los encuestados opinan que la mala atención que se está dando a los clientes es por una mala organización de los trabajadores a diferencia de López (2018) nos dice que el 49.00% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra, también diferente con la investigación de Uribe (2013) el servicio es un conjunto de prestaciones, adicionales al producto o servicio principal de la empresa, que el cliente espera recibir, en contraprestación al precio que paga y a la reputación de la organización que lo presta. En conclusión vemos que mayor parte de los representantes respondieron que cuando se da una mala atención es porque tienen una mala organización, viéndose en la necesidad de mejorar y cambiar esos aspectos en sus empresas ya que una mala organización puede tener problemas de conflictos en el entorno, por lo tanto tomar buenas decisiones para un buen desarrollo con los trabajadores es muy importante ya que de eso dependerá que los clientes se sientan seguros para volver al establecimiento.

Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente en las micro y pequeñas empresas se determinó que el 40.00% de los representantes logro fidelizar a sus clientes coincidiendo con Salas (2018) donde nos muestra que el 59,10% respondieron que los clientes si valoran el servicio y genera fidelización, a diferencia de la

investigación de López (2018) Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente, finalizando en la investigación de Sánchez (2017) la atención del servicio a veces es rápida, la mayoría de veces los empleados muestran disponibilidad para ayudar a los clientes y por último la mayoría de veces se soluciona de manera proactiva cualquier duda o problema que se tenga dentro del local. Concluyendo vemos que una buena atención al cliente puede beneficiar satisfactoriamente a una mype porque dar una buena atención hace que el cliente se sienta seguro y confiado con su compra, como también la rapidez que se entregue el producto, ayudaría a que su cliente vuelva o también recomendar dicho establecimiento.

## **VI. Conclusiones y recomendaciones**

La mayoría de representantes tiene un aproximado de 31 a 50 años, mayormente de sexo masculino que tienen educación básica, son dueños de su propio emprendimiento, tienen 3 años en el cargo. La mayoría de emprendedores masculinos no se dan por vencidos porque son conscientes que el desarrollo de metas y objetivos de su negocio, es fundamental para el estado económico y permanencia de la empresa en el mercado, como también a crecer y sugerir más empleados dando oportunidad laboral a los que lo necesitan.

La mayoría de micro y pequeñas empresas tienen permanencia en el rubro de 3 años, tienen de 1 a 5 trabajadores, los trabajadores mayormente son familiares, los dueños pusieron su negocio para generar ganancias. Se define que la mayoría de micro empresas tiene poco tiempo en el rubro y cuentan con pocos trabajadores, con apoyo de familiares, pero todos cuentan con el mismo objetivo de generar ganancias.

mayor parte de los representantes desconocen el término de la gestión de calidad, desconocen nuevas técnicas modernas, una de las dificultades que tienen los trabajadores en la poca iniciativa que ponen en el trabajo, mayormente para medir el rendimiento del personal se utiliza la observación, todas las micro y pequeñas empresas están de acuerdo que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio, también están de acuerdo que la gestión de calidad ayuda alcanzar metas y objetivos de la empresa, mayor parte de las micro y pequeñas empresas si conocen el termino de atención al cliente, la mayoría aplica la gestión de calidad para el servicio a sus clientes, la gran parte de micro y pequeñas empresa piensa que la atención al cliente es fundamental en una empresa de servicio o comercio, una de la herramientas que utiliza las micro empresa es la observación, uno de los principales factores que utilizan es la rapidez en la entrega de productos, la atención que brindan es buena, consideran que si dan una mala atención al cliente seria por una mala organización de los trabajadores, la mayoría ha logrado fidelizar a sus clientes por brindar una buena atención. La gran parte de las micro y pequeñas empresas desconoce lo que es gestión de calidad, pero si conocen lo que es atención al cliente y están de acuerdo que estas herramientas son muy importantes para manejar los problemas internos como los trabajadores, como también podemos decir que ayuda a mejorar la organización del negocio y captar o fidelizar clientes.

Felizmente se concluye que mayor parte de las micro y pequeñas empresas conocen el término de atención al cliente, pero no saben cómo aplicarlo a sus negocios, como también parte de los resultados dieron a conocer que desconocen el termino de gestión de calidad, por eso mismo es muy importante que esta investigación ayude a detallar los principales problemas de las micro y pequeñas empresas investigadas.

## **Aspectos complementarios**

### **Recomendaciones**

Se recomienda implementar la capacitación al personal de cada mype para un mejor desarrollo en la atención al cliente como factor relevante para la mejora de gestión de calidad y tengan bien en claro que lo más importante de la empresa es brindar un buen servicio manteniendo satisfecho al cliente, también ver la comodidad de cada trabajador con el ambiente laboral, manteniendo respeto con todos sus compañeros.

Mantener en completo orden los establecimientos en un ambiente limpio con el botiquín y el extintor presente por si ocurre un accidente, dando seguridad al cliente que va a recibir el servicio, como también tener en claro las metas y objetivos de la empresa, como también el dueño y los empleados trabajar en conjunto para un mejor desarrollo y ayudarse mutuamente para mejorar el compañerismo y poder lograr la meta del día.

Para seguir conservando a los clientes hay que ser lo más empático posible dando esa seguridad y confianza hacia los cliente ya que son la pieza fundamental para que la mype sobreviva en el mercado y genere ganancias, dando poder a ser recomendado hacia otra personas que aún no han pisado el establecimiento, dando una buena impresión y aumentar la posibilidad que la mype crezca.

Referente a las micro del rubro restaurante comida oriental, en el distrito de casma se recomienda utilizar el liderazgo en cada representante, como también la inteligencia emocional y por ultimo estimular a los clientes con buenas ofertas, promociones y precios, como también el uso de la tecnología para una atención rápida y eficaz con buenas técnicas de gestión de calidad y atención al cliente para lograr los objetivos y metas trazadas por cada mype.

## Referencias bibliográficas

- Aceña, N, M. (2016). *Manual. Gestión de costes y calidad del servicio de transporte por carretera*. p, 184, Editorial: CEP, 2016 M01 29 - 240 p. Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=HcYDwAAQBAJ&dq=cliente+y+sericio+2016&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=HcYDwAAQBAJ&dq=cliente+y+sericio+2016&source=gbs_navlinks_s)
- Benites, B, A. (2017). *Limitaciones que impiden el desarrollo empresarial de Mypes: distritos de Coishco, Chimbote, Nuevo Chimbote y Santa* <http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/57/PI1710171.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cavalié, M. (2018). *Gestión de calidad en la capacitación de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro transporte – trimóvil de la ciudad de Tingo María, año 2017* recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4256>
- Campos, V, M. (2017). *La travesía de crear una empresa legal en Bolivia Diario El Día Santa Cruz – Bolivia* recuperado de: <https://www.eldia.com.bo/index.php?c=&articulo=La-travesia-de-crear-una--empresa-legal-en>
- ComexPerú, (2018). *Situación De Las Mype En 2017: Muchos Retos En El Camino Agosto 03 Semanario 948 – Economía* recuperado de: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/situacion-de-las-mype-en-2017-muchos-retos-en-el-camino>
- Díaz, (2015). *Concepto de: “herramientas de la administración”*. 20 de abril del 2016, Recuperado de: <http://www.negociosyemprendimiento.org/2014/08/herramientas-administracion-moderna.html>.
- Euronews, (2015). *La nueva definición de PYME Guía del usuario y ejemplo de declaración* Recuperado de: [http://www.euskadi.eus/contenidos/ayuda\\_subvencion/ocm\\_vino\\_promocion2016/es\\_agripes/adjuntos/DefinicionPYME.pdf](http://www.euskadi.eus/contenidos/ayuda_subvencion/ocm_vino_promocion2016/es_agripes/adjuntos/DefinicionPYME.pdf)
- Fernández, V, L. (2017). *comunicación empresarial y atención al cliente 2.ª edición*, p, 232 Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=kAMoDwAAQBAJ&pg=PA232&dq=La+Importancia+del+Servicio+al+Cliente+2017&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjT>

- 8KX0xtviAhWFrVkkHfIOD9MQ6AEIJzAA#v=onepage&q=La%20Importancia%20del%20Servicio%20al%20Cliente%202017&f=false
- García, C, J, M. (2015). *Anuario Estadístico Industrial, Mí pyme y Comercio Interno Ministerio de la Producción 1era edición*, agosto 2015 Recupero de: <https://www.produce.gob.pe/documentos/estadisticas/anuarios/anuarioestadistico-mype-2015.pdf>
- Goicochea, F, K, R. (2017). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015* Recuperado de : <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083>
- Gonzales, M, P. (2017). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo. "Procesos de Gestión de calidad en hostelería y turismo"*, p, 13 Editorial: Tutor Formación, M12 22 - 138 p Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=BCIEDwAAQBAJ&source=gbs\\_navlink\\_s\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=BCIEDwAAQBAJ&source=gbs_navlink_s_s)
- Heredia, A. (2018). *"Los instrumentos de fomento de las políticas digitales en las mipyme de América Latina"*, Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), inédito. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf)
- Ibarra C. Manuel, González T. Lourdes, Demuner F. María del rosario, México (2017). realizaron un trabajo de investigación titulado *"Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California"*. ISSN 2395-
- INE, D. (2015). *Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Catálogo general de publicaciones oficiales*. Edición, enero, 2015 Panamá, 1. 28071-Madrid. Recuperado de: [http://www.ipyme.org/Publicaciones/Retrato\\_PYME\\_2015.pdf](http://www.ipyme.org/Publicaciones/Retrato_PYME_2015.pdf)
- Jauregui, B, Y. (2017). *Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote 2014* (Tesis de pregrado). Escuela Profesional de Administración. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Perú.
- Krell, R. (2017). *División Política Comercial e Industrial. Informe de resultados: Empresas en Chile Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas Ministerio De Economía Fomento Y Turismo agosto, 20197* recuperado de:

- <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2017/03/Bolet%C3%ADn-empresas-en-Chile-ELE4.pdf>
- Ley, 28015, (2015). *Los misterios del socialismo andino para la democracia*, p, 139 .Editorial: Coll, 2005 - 168 p. Recuperado de:[https://books.google.com.pe/books?id=F9QcJvsyPUC&dq=Ley+28015&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=F9QcJvsyPUC&dq=Ley+28015&source=gbs_navlinks_s)
- Ley 30056, (2015). “*Plan De Negocio Para La Instalación De Una Empresa De Diseño Gráfico Y Publicidad Keby E.I.R.L En La Provincia De Morropón - Chulucanas - Piura - Peru*”, p 17, Recuperado de:[https://books.google.com.pe/books?id=u3DiBAAAQBAJ&dq=Ley+30056&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=u3DiBAAAQBAJ&dq=Ley+30056&source=gbs_navlinks_s)
- López, L, P. (2016). *Herramientas para la mejora de la Calidad*, p, 20. Editorial: FEMETAL, 2016 - 195 p Recuperado de:[https://books.google.com.pe/books?id=92K0DQAAQBAJ&dq=calidad+2016&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=92K0DQAAQBAJ&dq=calidad+2016&source=gbs_navlinks_s)
- López, M, D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil* recuperado de:<https://docplayer.es/91632405-Universidad-catolica-de-santiago-de-guayaquil-sistema-de-posgrado-maestria-en-administracion-de-empresas.html>
- Meana, C, P, P. (2017). UF0476 - *Gestión de inventarios Ediciones Paraninfo, S.A., I mar. 2017 - 102 p.* Recuperado de:[https://books.google.com.pe/books?id=Ml5IDgAAQBAJ&dq=Gesti%C3%B3n+2017&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=Ml5IDgAAQBAJ&dq=Gesti%C3%B3n+2017&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Merchand, R, M, A. (2015). *El inalcanzable desarrollo regional y sustentable en México*, p54, Editorial Universitaria. Libros UDG, 23 feb. 2015 - 212 p Recuperado de:[https://books.google.com.pe/books?id=TZXHBgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=TZXHBgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Pérez, V, L, T. (2017). *Gestión de calidad en el servicio al cliente de las micro y pequeñas empresas, rubro cafeterías del distrito de villa rica, Oxapampa, Pasco, año 2016* Recuperado de:[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3180/GESTION\\_CALIDAD\\_PEREZ\\_VELASQUEZ\\_LUZ\\_THALIA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3180/GESTION_CALIDAD_PEREZ_VELASQUEZ_LUZ_THALIA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Pozo, A, J. (2018). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*. HOTA0208 IC Editorial Recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=dINYDwAAQBAJ&dq=caracteristicas+de+gestion+de+calidad+2018&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=dINYDwAAQBAJ&dq=caracteristicas+de+gestion+de+calidad+2018&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Rodríguez, G, J, L. (2016). *Atención al cliente en la limpieza de pisos en alojamientos*, Ediciones Paraninfo, P, 3. S.A., 1 ene. 2016 - 116 p Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=WAKCwAAQBAJ&pg=PR4&dq=atencion+al+cliente+2016&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjEueCR59viAhUHuVkJHdMNDSkQ6AEILjAB#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente%202016&f=false>
- Rodríguez, Y. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote – año 2016*. (Tesis para obtener el grado de magister) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044459>
- Quezada, B. (2016). “*Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato*”. Tesis para optar el título profesional de Ingeniero en Gestión de Alimentos y Bebida. Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador.
- Salas, E, C, Y. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las Mypes del sector comercial boutique de damas, provincia de Satipo, año 2017* Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3670>
- Sánchez, M. (2017). “*Características de la gestión de calidad y atención al cliente del restaurante el leñador y algo más del distrito de Sullana, año 2017*”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Sullana.
- Sandoval, C, F. (2015). *El sistema de Gestión de Calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de san isidro, 2015* Recuperado de: [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4339/3/sandoval\\_cfe.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4339/3/sandoval_cfe.pdf)
- Serrano, C. (2017). *la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en el distrito de Santa, 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3188/GESTION\\_](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3188/GESTION_)

EMPRESA\_YACUPOMA\_INOCENTE\_CLINTON\_SANJENIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Siesquen G, L, E. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro restaurantes de comida oriental, casco urbano del distrito de Chimbote, 2017* Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11099>

SUNAT, (2018). *Micro y Pequeña Empresa – MYPE Enlaces de Interés Constitución de empresa en línea Marca Perú Oficina Central: Av. Garcilaso de la Vega 1472, Lima.* Recuperado de: <http://cpe.sunat.gob.pe/micro-y-pequena-empresa-mype>

Uribe, M. (2015). “*Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: propuesta para las grandes superficies*” Recuperada de: <file:///C:/Users/pc/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionDeLaCalidadEnElServicioAlCliente-5983192.pdf>

Vasallo, S, T. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Agencias Movistar Móvil, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016* Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3253>

Yance, C, C. (2017). “*La importancia de las PYMES en el Ecuador*”, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, junio 2017.* Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec17pymes-ecuador>

## Anexos

### Anexo 1

#### Cronograma de actividades

Cronograma de trabajo																
N°	Actividades	AÑO 2019				AÑO 2020				AÑO 2021						
		Semestre I		Semestre II		Semestre II		Semestre II								
		Mes		Mes		Mes		Mes								
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X														
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor			X												
5	Mejora del marco teórico				X	X										
6	Redacción de la revisión de la literatura					X	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				
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

## Anexo 2

### Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% numero	TOTAL
Suministros			
• Impresiones			
• Fotocopias			
• Empastado			
• Papel bond A-4 (50hojas)			
• Lapiceros			
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	1	50.00
Sub Total			
Gastos de viaje			
• Pasaje para recolectar información			
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			
Presupuesto desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% numero	TOTAL
Servicios			
• Uso de internet (laboratorio de aprendizaje)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Modulo de investigación del ERP University MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículos en repositorio institucional	50	1	50.00
Sub total			400.00
Recursos Humanos			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00

Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (s/.)			

### Anexo 3. Cuadro de Sondeo

N°	Razón Social	Dirección	Nombre del Representante
1	10701919314	Av. Gamarra-652	Amores Gracia Soledad
2	10307430260	Av. Gamarra-650	Ándela López Daniel
3	10452620150	Av. Gamarra- 647	Dorado Ruiz José María
4	17928942092	Av. Gamarra-630	Arques López Natalio
5	15311438422	Av. Gamarra-660	Barahona Gutiérrez Ester
6	10983703501	Av. Gamarra-643	Gordana Ruiz Martin
7	10583797330	Av. Gamarra-534	Cano López Paula
8	15989667902	Av. Gamarra-567	Carrasco Pérez Arturo
9	20673485156	Av. Gamarra-702	Pórtalas Luque Aurora
10	21786352563	Av. Gamarra-660	Martínez Cueva Alfonso

#### Anexo 4: Evidencia – Consentimiento Informado

**Estimado señor (a).** *Gracias Amores Soledad*  
**(Nombre del representante de la empresa)**

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: **(Poner el nombre completo del proyecto de investigación).**

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso del **(Poner la técnica a utilizar, liderazgo por ejemplo)** como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

**Declaración del participante.**

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u><i>Alice Mendoza Cleyra</i></u> Nombre del estudiante investigador	<u><i>[Firma]</i></u> Firma del estudiante investigador	<u>10/10/2019</u> Fecha	<u>8:30pm</u> Hora
<u><i>Soledad Amores Gracias</i></u> Nombre del representante de la empresa	<u><i>[Firma]</i></u> Firma del representante de la empresa	<u>10/10/2019</u> Fecha	<u>8:30pm</u> Hora

*[Firma]*  
CH- 11/10/19

**Anexo 5:**

**Instrumento de recolección de datos**



---

**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:

Caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, distrito de casma, 2019

Para obtener el título de bachiller 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 6 Hoja de Tabulación

Características de los representantes de los representantes de las micro y pequeñas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	18 – 30 años	II	2	20.00%
	31 – 50 años	VI	6	60.00%
	51 a más años	II	2	20.00%
	<b>Total</b>	<b>X</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>
Género	Femenino	IV	4	40.00%
	Masculino	VI	6	60.00%
	<b>Total</b>	<b>X</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>
Grado Institucional	Educación básica	VIII	8	80.00%
	Primaria		0	00.00%
	Secundaria		0	00.00%
	Superior no Universitario	II	2	20.00%
	Superior universitaria	IV	4	40.00%
	<b>Total</b>	<b>X</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>
Cargo	Dueño	VII	7	70.00%
	Administrador	III	3	30.00%
	<b>Total</b>	<b>X</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Año en el cargo	De 0 a 3 años	VI	6	60.00%
	De 4 a 6 años	II	2	20.00%
	De 7 a más	II	2	20.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Años de la en el rubro	De 0 a 3 años	V	5	50.00%
	De 4 a 6 años	III	3	30.00%
	De 7 a más	II	2	20.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
N° de colaboradores	De 1 a 5	IX	9	90.00%
	De 6 a 10	I	1	10.00%
	De 11 a más		0	00.00%
	<b>Total</b>	VII	10	<b>100.00%</b>
Personal que elaboran en la empresa	Familiares	VI	6	60.00%
	No familiares	IV	4	40.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
	Generar ganancias	VII	7	70.00%
Finalidad de la empresa	Subsistir	III	3	30.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>

Características de la gestión de calidad de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
-----------	------------	------------	---------------------	---------------------

Conoce gestión de calidad	Si	II	2	20.00%
	Tiene poco conocimiento	III	3	30.00%
	No	V	5	50.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
Técnicas modernas de la gestión	Benchmarking		0	00.00%
	Atención al cliente	III	3	30.00%
	Las 5S		0	00.00%
	Outsourcing		0	00.00%
	Otros	II	2	20.00%
	Ninguno	V	5	50.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
Dificultades que impiden implementación de gestión de calidad	Poca iniciativa	VII	7	70.00%
	Aprendizaje lento	III	3	30.00%
	No se adapta a los cambios			00.00%
	Desconocimiento del puesto		0	00.00%
	Otros		0	00.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>

Técnicas para medir el rendimiento	La observación	VI	6	60.00%
	La evaluación	II	2	20.00%
	Escala de puntuación		0	00.00%
	Evaluación de 360°		0	00.00%
	Otros	II	2	20.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
Gestión de calidad contribuye al negocio	Si	X	10	100.00%
	No			00.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
Gestión de calidad ayuda a	Si	VIII	8	80.00%

alcanzar los Objetivos	No		0	00.00%
	A veces	II	2	20.00%
	<b>Total</b>	X	10	100.00%
Conoce atención al cliente	Si	VII	7	70.00%
	No		0	00.00%
	Tengo cierto conocimiento		3	30.00%
	<b>Total</b>	X	10	100.00%
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda	Si	VIII	8	80.00%
	No		0	00.00%
	A veces	II	2	20.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
La atención al cliente es fundamental para el establecimiento	Si	X	10	100.00%
	No		0	00.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>

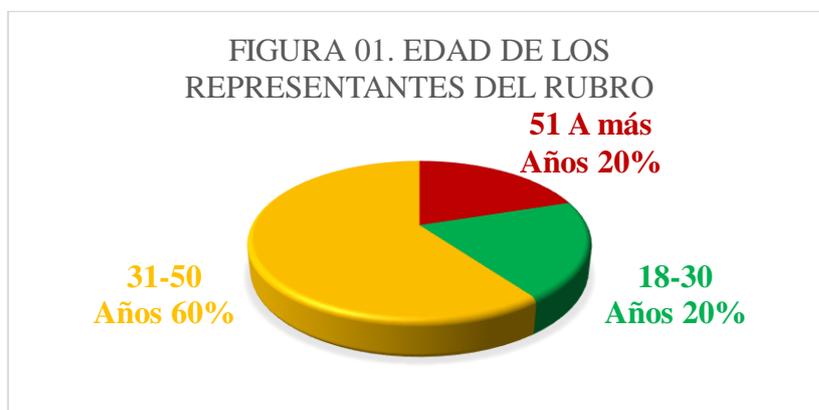
Herramientas que utiliza para un buen servicio	Comunicación	VI	6	60.00%
	Confianza	III	3	30.00%
	Retroalimentación		0	00.00%
	Ninguno	I	1	10.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
Principales factores para la calidad que brinda	Rapidez en la entrega de los productos	VI	6	60.00%
	Atención personalizada	III	3	30.00%
	Las instalaciones	I	1	10.00%
	Ninguna		0	00.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
		Buena	IX	9

La atención al cliente que brinda	Regular	I	1	10.00%
	Malo		0	00.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
Porque da una mala atención	No tiene suficiente personal	II	2	20.00%
	Por una mala organización de trabajadores	VII	7	70.00%
	Si brinda una buena atención	I	1	10.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>
Que resultado logró brindando una buena atención al cliente	Incremento a las ventas	II	2	20.00%
	Fidelización de los clientes	IV	4	40.00%
	Posicionamiento de la empresa	II	2	20.00%
	Cliente satisfecho	II	2	20.00%
	<b>Total</b>	X	10	<b>100.00%</b>

Anexo 7:

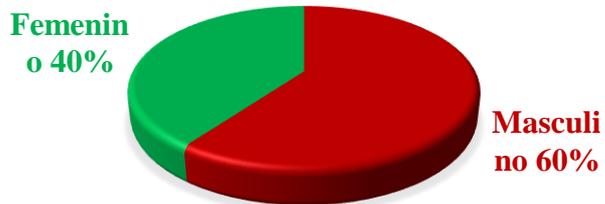
Figura

Características de los representantes legales de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.



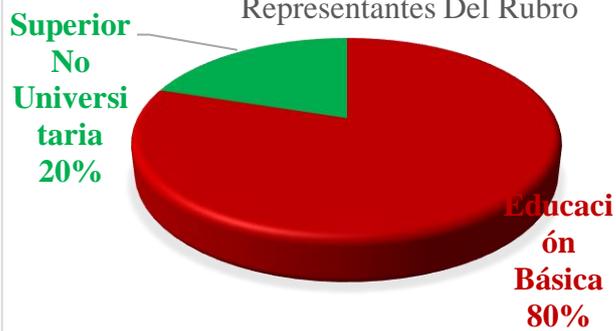
Fuente: 1

FIGURA 02. GENERO DE LOS REPRESENTANTES DEL RUBRO



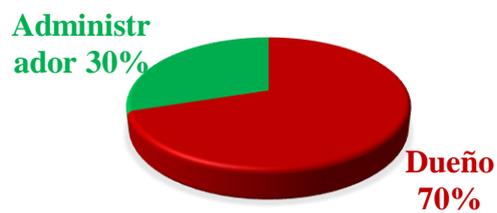
Fuente: 1

Figura 03. Grado De Instrucción De Los Representantes Del Rubro



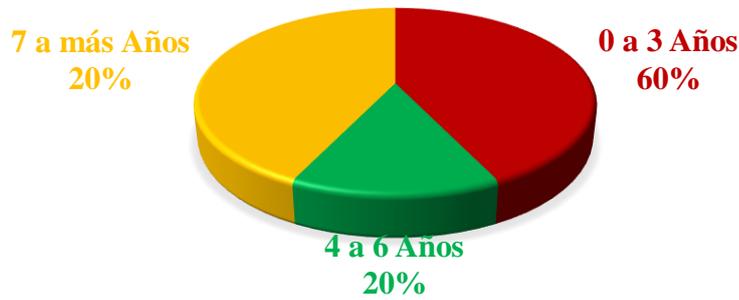
Fuente: 1

FIGURA 04. CARGO QUE DESEMPEÑA LOS REPRESENTANTES DEL RUBRO



Fuente: 1

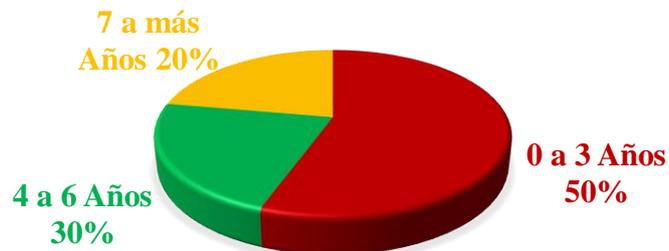
FIGURA 05. TIEMPO QUE DESEMPEÑA EN EL CARGO  
LOS REPRESENTANTES DEL RUBRO



Fuente: 1

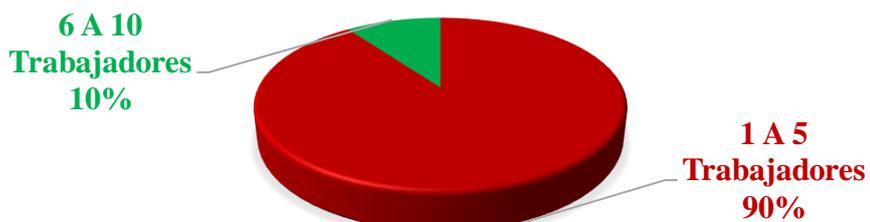
Características de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

FIGURA 06. TIEMPO DE PERMANENCIA DE LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



Fuente: 2

FIGURA 07. NÚMERO DE TRABAJADORES DE LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



Fuente: 2



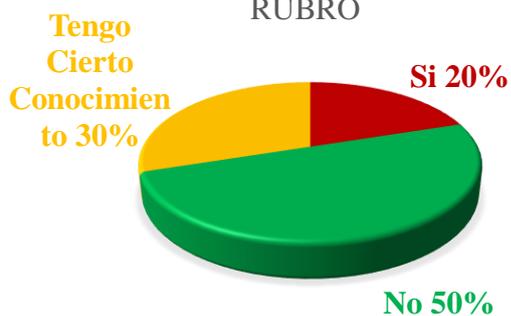
Fuente: 2



Fuente: 2

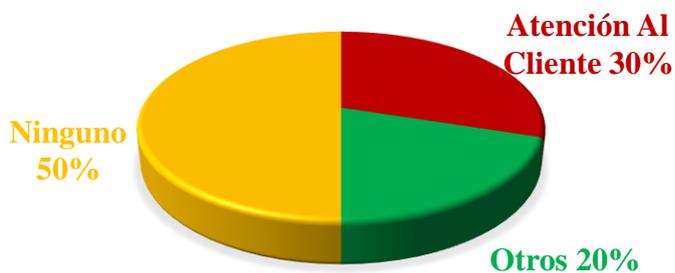
Características de la Gestión de calidad de la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida gamarra, distrito de Casma, 2019.

FIGURA 10. EL TERMINO GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



Fuente: 3

FIGURA 11. LAS TÉCNICAS MODERNAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO.



Fuente: 3

FIGURA 12. LAS DIFICULTADES QUE TIENEN LOS TRABAJADORES QUE IMPIDEN LA IMPLEMENTACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



Fuente: 3

FIGURA 13. LAS TÉCNICAS PARA MEDIR EL RENDIMIENTO DEL PERSONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO.



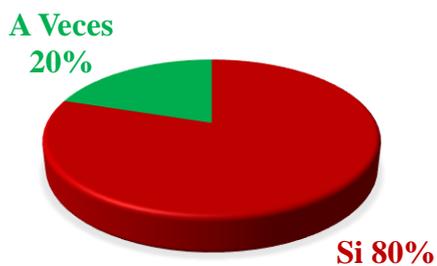
Fuente: 3

FIGURA 14. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD CONTRIBUYE A MEJORAR EL RENDIMIENTO DEL NEGOCIO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



Fuente: 3

FIGURA 15. LA GESTIÓN DE CALIDAD AYUDA A ALCANZAR LOS OBJETIVOS Y METAS TRAZADOS POR LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



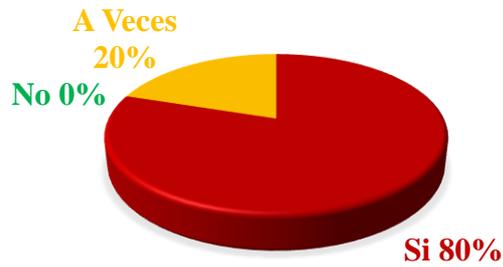
Fuente: 3

FIGURA 16. CONOCE EL TÉRMINO ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



Fuente: 3

SE APLICA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SERVICIO QUE BRINDA A SUS CLIENTES EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO.



Fuente: 3

FIGURA 18. CREE QUE LA ATENCIÓN AL CLIENTE ES FUNDAMENTAL PARA QUE ÉSTE REGRESE A LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESAS DEL RUBRO



Fuente: 3

FIGURA 19. HERRAMIENTAS QUE UTILIZA PARA UN SERVICIO DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL RUBRO



Fuente: 3

FIGURA 20. PRINCIPALES FACTORES QUE BRINDA PARA UNA BUENA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



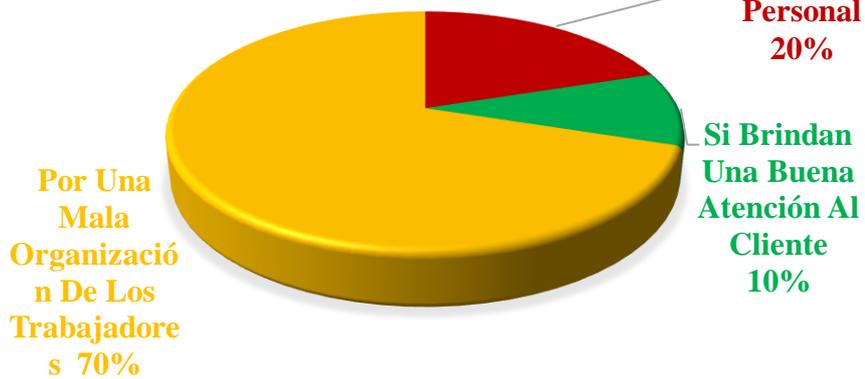
Fuente: 3

FIGURA 21. LA ATENCIÓN QUE SE BRINDA A LOS CLIENTES EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



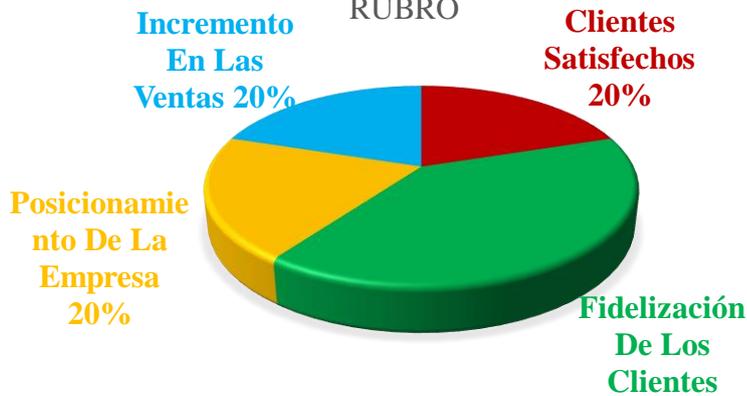
Fuente: 3

FIGURA 22. CONSIDERA QUE SE ESTÁ DANDO UNA MALA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



Fuente: 3

FIGURA 23. RESULTADOS QUE HA LOGRADO BRINDANDO UNA BUENA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO



Fuente: 3

## Anexo 8: Turnitin

Más visitados Primeros pasos SESION DE APRENDIZ... 01NP202001117648: ... Statistics Calculator: st...

turnitin ALICE VICTORIA MENDOZA CHEYÑA TINV-B-AMENDOZA-INFORME FINAL-TUR...

**ULADECH**  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE  
COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE  
CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES DE  
COMIDA ORIENTAL DE LA AVENIDA GAMARRA,  
DISTRITO DE CASMA, 2019

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL  
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN LA  
CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS

AUTOR

Activar Windows  
Ir a Configuración de PC para activar