



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

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

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

AUTOR

ESPINOZA LAZO, JHON CARLOS

ORCID: 0000-0002-4180-1352

ASESOR

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Espinoza Lazo, Jhon Carlos

ORCID: 0000-0002-4180-1352

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

ASESOR

Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-8205-5803

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

JURADO

Vilela Vargas, Victor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID ID: 0000-0001-8071-8327

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Vilela Vargas, Victor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID ID: 0000-0001-8071-8327

Miembro

Espinosa Otoya, Victor Hugo

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-8205-5803

Asesor

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por el apoyo que me brindan, lo que me permite seguir avanzando para lograr todos mis objetivos trazados, tanto a nivel personal como profesional.

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote y a los docentes de la Escuela Profesional de Administración, quienes estuvieron en el proceso de enseñanza y me brindaron consejos que sirvieron de motivación para avanzar en mi formación.

Finalmente, un agradecimiento especial a las micro y pequeñas empresas que formaron parte de la investigación y colaboraron brindando la información necesaria.

RESUMEN

La investigación tuvo 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 del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. La investigación fue de diseño no experimental- transversal-descriptivo, se utilizó una muestra de 20 micro y pequeñas empresas, a las cuales se les aplicó un cuestionario estructurado de 27 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 100% de los representantes considera que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 85% de los representantes considera que la atención al cliente si influye en la gestión de calidad de la empresa, el 45% de los representantes afirma que uno de los principales factores para la calidad de servicio que brinda es la atención personalizada y el 95% de los representantes considera que la atención al cliente si es fundamental para el funcionamiento de la empresa. Concluyendo que: los representantes consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento y que en esta influye la atención al cliente, además, la atención personalizada es el principal factor para la gestión de calidad del servicio brindan.

Palabras clave: Atención al cliente, gestión de calidad, micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

The general objective of the research was: to identify the characteristics of customer service as a relevant factor in the improvement of quality management in micro and small companies in the service sector, item of oriental food restaurants in the Nuevo Chimbote district, 2019. The The research was of a non-experimental-transversal-descriptive design, a sample of 20 micro and small companies was used, to which a structured questionnaire of 27 questions was applied through the survey technique. Obtaining the following results: 100% of the representatives consider that quality management does contribute to improving business performance, 85% of the representatives consider that customer service does influence the quality management of the company, the 45% of the representatives affirm that one of the main factors for the quality of service provided is personalized attention and 95% of the representatives consider that customer service is essential for the operation of the company. Concluding that: the representatives consider that quality management contributes to improving performance and that customer service influences it, in addition, personalized attention is the main factor for the quality management of the service they provide.

Keywords: Customer service, quality management, micro and small businesses.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Jurado evaluador y asesor	ii
4. Hoja de Agradecimientos	iv
5. Resumen	v
6. Abstract	vi
7. Contenido	vii
8. Índice de tablas y Figuras	ix
I. INTRODUCCIÓN	12
II. REVISIÓN DE LITERATURA	23
III. HIPÓTESIS	46
IV. METODOLOGÍA	47
4.1. Diseño de la investigación	47
4.2. Población y Muestra	49
4.3. Definición y operacionalización de la variable	50
4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	53
4.5. Plan de análisis	53
4.6 Matriz de consistencia	54
4.7. Principios éticos	55
V. Resultados	56
5.1. Resultados	56

5.2. Análisis de resultados	83
VI. CONCLUSIONES	97
Aspectos Complementarios	99
Referencias bibliográficas	100
Anexos	109

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.....	48
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.....	49
Tabla 3. 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 del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	55
Figura 2. Género	56
Figura 3. Grado de instrucción	57
Figura 4. Cargo que desempeña	58
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo.....	59
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	60
Figura 7. Número de trabajadores	61
Figura 8. Relación de los trabajadores	62
Figura 9. Objetivo de creación	63
Figura 10. Término gestión de calidad.....	64
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce.....	65
Figura 12. La implementación de gestión de calidad.....	66
Figura 13. Procesos de gestión de calidad en su empresa.....	67
Figura.14. Técnicas para medir el rendimiento del personal	68
Figura 15. Mejorar el rendimiento del negocio.....	69
Figura 16. Ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa.....	70
Figura 17. Influye en la gestión de calidad de su empresa.....	71
Figura 18. Término atención al cliente.....	72
Figura 19. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.....	73
Figura 20. La cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento	74
Figura 21. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.....	75
Figura 22. Principales factores para la calidad de servicio que brinda.....	76
Figura 23. La atención que brinda a los clientes	77
Figura 24. Brinda una mala atención a los clientes.....	78
Figura 25. Es fundamental para el funcionamiento de la empresa.....	79
Figura 26. Resultados logrados brindando una buena atención al cliente.....	80

Figura27. Incremento sus resultados económicos.....81

I. INTRODUCCIÓN

El problema de investigación se debe a la falta de información que los usuarios se sienten inconformes con la atención al cliente y el servicio que se brinda allí, ya que sus funciones están para capacitar a los empleados para que se preste una excelente atención y así con el tiempo mejorar la calidad y así haya usuarios satisfechos por la buena capacitación y el buen servicio que se da , además de esto la mayoría de la empresa tiene poco conocimiento en el tema y que muy pocas se tiene el interés de que las pymes son muy importantes porque tendremos una información muy adecuada para así tenerlas con un conocimiento profundo para poder así llegar a tener una buena gestión para tener como meta llegar al éxito.

La causa que se presentan a una mala atención, tanto como no darle importancia al servicio brindado, ser inaccesible aunque algunas empresas están acostumbrados a esta filosofía que incluye prácticas como ocultar los medios de contactos o tener a sus clientes media hora esperando al teléfono no es una buena idea, sea desgana sea por no dale suficiente importancia, sea por cualquier razón tenemos que facilitar al usuario aunque sea más trabajoso y no dejar el servicio en las manos del profesional y la mayoría es por no escuchar las recomendaciones del usuario ya que gracias a él podemos brindar una mejor atención y una de las causas también es no tener una buena organización, la mayoría de las empresas no tienen buena eficiencia porque no tener una buena organización.

El problema que genera proveer de un mal servicio es la perdida colateral de clientes potenciales debido a la difusión boca a boca de las malas experiencias, el cliente confía mucho más en su círculo cercano de amigos conocidos en que las empresas, ya que los primeros son un grupo de personas parecidas a la credibilidad de estas

recomendaciones es casi como la de un experto mucho más alta, ya que muchas veces se argumenta que los comportamientos anteriormente descritos son propios de personas que dan una dicha recomendación ya que puede ser buena y puede ser mala por el problema de una mala atención al cliente.

La solución es como primer paso escuchar al cliente y mostrarle empatía genuina sin importar el medio por lo cual el cliente se comunicó, evaluar la situación el problema que debe repetir los puntos principales pidiendo aclaraciones si es necesario, preguntar las necesidades y preferencias del cliente, la mayoría de clientes están satisfechos por la buena atención de sus necesidades, ofrecer una solución a sus problemas y ofrecer siempre que sea posible , dándole mejores opciones si es que toman una mala decisión terminando que el cliente se sienta satisfecho por el mejor servicio brindado y así se hará que se sientan a cargo nuevo y más propensos a regresar. Es importante ofrecer un buen servicio al cliente, que no haya dudas existentes y de esta manera se tendrá una atención optima. Pero para ello hay otra razón que apunta a esforzarse más para poder brindar una buena atención al cliente de alta calidad y cumplir con la satisfacción al cliente. La investigación será de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental transversal, para el recojo de información se utilizará un cuestionario estructurado con 27 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo resultados necesarios para el desarrollo de la investigación.

La importancia es inculcar los valores a los propios empleados de forma que dichos valores afecten a las relaciones que se mantienen con los clientes. Estos valores o formas de comportarse pueden parecer a priori como obligaciones o imposiciones de la empresa hacia sus empleados (Giorgio, Villena & Peluffo, 2015).

El problema de las pymes es porque no tienen el suficiente conocimiento de mercado, la falta de organización interna, la falta de producción planificada, la mala distribución del trabajo, no solo se basa en la atención al cliente si no en dar una excelente atención para eso necesitamos tener la información adecuada y capacitar para así dar la mejor atención adecuada como el cliente se lo merece.

Pero este problema no solo es a nivel nacional si no también internacional.

En España las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental nos permite conocer al cliente es un factor clave para anticiparse a sus necesidades y poder proporcionar una experiencia de compra única que le invite a volver. La falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que le permita posicionarse en el sector empresarial (Sierra, Olarte, Juaneda & Pelegrin, 2018).

En España las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental nos permite los sistemas de gestión de la calidad son un instrumento fundamental para que las empresas u organizaciones turísticas puedan enfrentarse a los desafíos actuales. Una de las mejores garantías de calidad que puede ofrecer una empresa de servicios, la falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que le permita posicionarse en el sector empresarial (Gonzales, 2017).

En el Caribe las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental permite establecer las condiciones legales, institucionales técnicas, de comunicación, gestión y seguimiento para la implementación exitosa o mejora de cinco medidas en las tres ciudades: política de estacionamiento; cobros por congestión; impuestos y tasas a la propiedad y uso del vehículo; cuotas de contaminación y zonificación de actividades, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que le permita posicionarse en el sector empresarial (Torres y Sanhueza, 2014).

En Cuba, las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental la gestión de los servicios, el análisis de la gestión de la calidad ha ocupado la atención de las ciencias técnicas y en particular, las ciencias empresariales. Este trabajo se realizó un análisis de los rasgos esenciales que caracterizan la gestión de la calidad en periódicos provinciales, con el objetivo de diseñar un procedimiento para la gestión de la calidad en dichas instituciones, el cual se fundamenta en los diversos enfoques y metodologías existentes, que fueron recogidos anteriormente siguiendo además de las metodologías existentes de los procesos de cambio organizacional, así como los de mejora continua la falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que permitiera posicionarse en el sector empresarial (Parra & Moreno, 2017).

En México las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental la gestión de los servicios la globalización de los mercados ha provocado una alta competitividad entre las organizaciones. Como nunca los productos y los servicios presentan cada vez más similitudes y el cliente se vuelve mucho más conocedor y crítico la falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que permitiera posicionarse en el sector empresarial (Zamora, 2015).

En México las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental la gestión de los servicios. Otros estudios realizados identifican la falta de competitividad de las PYMES, como consecuencia de la falta de inversión en tecnología, el escaso de acceso a fuentes, entre otros la falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que permitiera posicionarse en el sector empresarial (Hidalgo, 2015).

En Colombia, las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental nos permite conocer la calidad de un bien o servicio no se decreta: se crea y se produce. La creación y aplicación de un sistema de gestión de calidad basado en las normas de una empresa a la hora de relacionarse con sus clientes, la falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que le permita posicionarse en el sector empresarial (Gonzales, 2015).

En Colombia las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental, su aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, sin embargo, desarrollar clientes fieles es un proceso que pone en evidencia la necesidad de diseñar e implementar estrategias coherentes con las políticas de cada organización orientadas a cumplir este objetivo, para lo cual, es necesario invertir esfuerzos y recursos, cada vez más escaso en la actualidad, falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso del atención al cliente que le permite posicionarse en el sector empresarial (Peña & Osorio, 2015).

En Ecuador, las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental su aporte produciendo y ofertando bienes y servicios, adquiriendo la actual situación que se presenta en el servicio de atención al cliente. Para caracterizar la actual situación que se presenta en el servicio, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la

atención al cliente que permitiera posicionarse en el sector empresarial (Aguilar & Segovia, 2017).

En Ecuador, las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental, el servicio actualmente es de gran importancia debido a la dirección que el mercado ha dado a la comercialización de los servicios y la trascendencia que dicho servicio tiene como elemento importante en la diferenciación de los negocios, así el servicio al cliente se convierte en pilar fundamental de subsistencia de las instituciones en el mercado, la falta de estrategia de gestión de calidad por poca asistencia técnica debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que permitiera posicionarse en el sector empresarial (Salazar & Cabrera, 2016).

En Argentina las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental, Si la experiencia es positiva será más altas la probabilidad de que el cliente regrese y que haga un boca a boca positivo esa “voz del cliente” entonces tendrá un valor estratégico hacia la empresa, ya que falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que le permita posicionarse en el sector empresarial (Goodman, 2014).

En Argentina las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental, A pesar de la simplicidad de su mecanismo y uso, el glucómetro está expuesto a las mismas consideraciones pre analíticas, analíticas y post analíticas que cualquier otra determinación de laboratorio, por lo que se requiere su control mediante la aplicación de un programa de gestión de calidad falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que permitiera posicionarse en el sector empresarial (Montenegro, Taie & Ricciardi, 2017).

En Chile las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental organizados según un grado ascendente de exigencias reglamentarias y de calidad. El modelo propone una metodología de implementación organizada y coherente, el cual orienta al mejoramiento de las capacidades de gestión en empresas la falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que le permita posicionarse en el sector empresarial (Navarro & Cruces, 2014).

En Perú, las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental la gestión de los servicios, las micro y pequeñas empresas del Perú más conocidas como las pymes, presentan el 99.3% del total de empresas y su nivel de competitividad es bajo. La inadecuada los costos. La investigación sobre una muestra de 27 pymes de la confección textil concluye que existe una correlación inversa entre la calificación de la gestión de calidad y los costos por desechos y desperdicios. la falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que permitiera posicionarse en el sector empresarial (Bonilla, 2015).

En Perú, las micro y pequeñas empresas cumplen un rol fundamental la gestión de los servicios el 99% de las empresas que existen en Perú son consideradas pequeñas y medianas, según información difundida por el Instituto Nacional de Estadística e informática (INEI,2015). Según el informe MiPymes Perú 2013, elaborado por la Fundación para el Análisis Estratégico y desarrollo de la pequeña y mediana empresa (Faedpyme) más del 60% de las pymes peruanas en Lima, Arequipa y Trujillo no usan las herramientas de la TIC, tales como correo electrónico, páginas web, ventas por internet, uso de banca electrónica, Intranet corporativa, redes sociales, entre otros la

falta de estrategias de gestión de calidad por poca asistencia técnica, debido a que la mayoría desconoce cómo hacer uso de la atención al cliente que permitiera posicionarse en el sector empresarial (Bernal, 2018).

En el distrito de Nuevo Chimbote, lugar en el que se desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de comida orientales, los cuales presentan problemas de gestión de calidad en atención al cliente, debido a que el servicio que ofrecen no satisface por completo las necesidades y expectativas de los clientes, cabe mencionar que los trabajadores encargados de recepción no tienen un buen trato al momento en que los clientes llegan a registrarse, lo que demuestra que no están al nivel de brindar una atención de calidad.

Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación.

¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación que se planteó el siguiente objetivo general:

Identificar las características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos:

Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. 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 del distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

Respecto a la investigación, el presente trabajo se justifica porque a través de los resultados obtenidos se orientó a los responsables de las empresas seleccionadas sobre la adecuada implementación y aplicación de la atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas lo cual ayuda a mejorar el comportamiento de las mismas al momento de brindar el servicio de atención al cliente.

La presente investigación también, nos permite evaluar, analizar y entender las condiciones en que operan las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote hasta llegar a un diagnóstico acerca de los problemas que afectan su buen desenvolvimiento, **Obteniendo como resultados:** que el 100% de los representantes considera que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 85% de los representantes considera que la atención al cliente si influye en la gestión de calidad de la empresa, el 45% de los representantes afirma que uno de los principales factores para la calidad de servicio que brinda es la atención personalizada y el 95% de los representantes considera que la atención al cliente si es fundamental para el funcionamiento de la empresa. **Concluyendo que:** los representantes consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento y que en esta

influye la atención al cliente, además, la atención personalizada es el principal factor para la gestión de calidad del servicio donde esta valiosa información recabada nos muestran los problemas que aquejan a estas empresas sobre gestión de calidad, atención al cliente, gestión administrativa.

El presente trabajo de investigación nos permitió determinar mediante un profundo análisis cuáles son aquellos problemas que afectan el óptimo funcionamiento de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, además nos proporcionará información de suma importancia sobre la gestión de calidad y el factor relevante de estudio, en este caso, la atención al cliente, orientando a estos dos factores en las empresas de restaurantes de comida oriental. De este modo conoceremos las estrategias administrativas que se pueden emplear en la gestión empresarial de restaurantes. Finalmente, esta investigación servirá como fuente de consulta para otros estudios similares dentro del ámbito geográfico de la región y país.

La investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo.

Para el recojo de información se utilizó una muestra de 20 microempresas se les aplicó un cuestionario formulado de 27 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: el 80% cuentan con estudios para cumplir los puestos de trabajo y el 20 no cuenta debido a una mala información.

La presente investigación concluye que le falta información lo cual genera dudas y desventajas hacia la empresa.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Delgado (2018) en su investigación titulada: *Análisis de la gestión de calidad de los servicios en A & B en el complejo garza roja del cantón Nobol de la provincia de las guayas*. Tiene como Objetivo General: Diseñar un plan de mejora continua en la calidad de los servicios del área de Alimentos y Bebidas en el Club Garza Roja. Tiene como Objetivo específico: Realizar el marco teórico referencial o conceptual en función de las consultas clásicas y contemporáneas relacionado a la calidad de servicio. Diagnosticar el estado actual que presenta el Complejo Club Garza Roja relacionado al servicio que se ofrece. Exponer la estructura del plan de mejora continua en función de los resultados obtenidos. identificar las áreas en donde se realizarán las mejoras. Realizar un organigrama jerárquico en el restaurante. Exponer el Plan de mejora continua de la calidad. Metodología: Se obtuvo de conocimiento con la igualdad de género con la diferencia de 51% hombre y 49% mujeres, se presentan los métodos y técnicas que fueron necesarios aplicar para la obtención de los resultados y que fueron resultado del análisis de la literatura. El 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, esto contrasta con Campos, (2015), el cual muestra que, el 62% de las empresas iniciaron su negocio hace más de tres años. se llegó a la conclusión que las personas que rindan el servicio de alimentos y bebida no cuentan con la capacitación adecuada para brinda un servicio de calidad.

Cabrera y Salazar (2016) en su investigación titulada: *Diagnóstico de la calidad de servicio en la atención al cliente en la universidad nacional de chimborazo-ecuador (2016)*. Tiene como objetivo general: medir la percepción de la calidad de servicio en los procesos administrativos por parte de los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo. A través de esta investigación se pretende realizar un aporte al sistema educativo en lo referente al campo administrativo y específicamente al proceso de matrícula, construyendo un instrumento recolección de datos que permita evaluar la calidad de servicio percibido y a la vez develar los atributos que para el estudiante es importante con el fin de lograr un mejoramiento. Teniendo la metodología: El presente estudio es una investigación de tipo descriptivo, en ella se describe la calidad de servicio que presta la Universidad Nacional de Chimborazo a sus clientes y se contrasta con la expectativa del mismo. Para llevar a cabo la investigación, se procedió a diseñar un cuestionario que consta de veintidós preguntas, de acuerdo al modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994) y que consta de cinco dimensiones: Elementos tangibles (T): Apariencia de las instalaciones equipos, empleados y materiales de comunicación. Fiabilidad (RY): Habilidad de prestar el servicio prometido tal como se ha prometido con error cero. Capacidad de respuesta o velocidad de respuesta (R): El deseo de ayudar y satisfacer las necesidades. obteniendo como resultado: En la matriz (Tabla 3) se encuentra los estadísticos, los mismos que son analizados en su conjunto. La actitud de la calidad de servicio es buena para las preguntas 2-3-13, pues el número que más se repite en estas preguntas es el 4 (moda), mientras que para las otras preguntas la actitud hacia la calidad de servicio es indiferente, pues el número que más se repite es 3 (moda). El promedio general está en 3,3 siendo indiferente. Para las preguntas 2-3-13 el 50% de los datos está por arriba de 4 y el otro 50% está por debajo de este valor (mediana), para el resto de las preguntas el 50% está por arriba de 3 y el otro 50% está por debajo

de este valor (mediana). el promedio tiene una desviación de 0,9. Los datos disponen de cierta variabilidad, puesto que hay calificaciones de 1y 5.com conclusión: De acuerdo con los resultados obtenidos, se concluye que el índice de calidad del servicio (ICS) no está directamente relacionado y de forma positiva con la satisfacción general. Al concluir el estudio, se pudo determinar la situación actual de la Institución respecto a la calidad del servicio, la misma demostró que los clientes están insatisfechos con el servicio recibido, se logró conocer las percepciones de los clientes.

Antecedentes Nacionales

Guerrero (2018) en su investigación titulada: Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes del sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el cercado de tumbes, 2018.tiene como objetivo general: Determinar la caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPES, sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el cercado de Tumbes, 2018. Y Objetivos Específicos: Describir las características de los productos competitivos de las MYPES, 17 sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el cercado de Tumbes, 2018; Conocer las características de los precios competitivos de las MYPES, sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el cercado de Tumbes, 2018; Determinar estrategias de orientación al cliente de las MYPES, sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el cercado de Tumbes, 2018; Identificar el nivel de satisfacción de los clientes de las MYPES, sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el cercado de Tumbes, 2018.con una metodología: Con una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de 68 cliente para las variables de estudio, utilizando la encuesta y cuestionario como técnicas e instrumentos de recolección de datos, se concluyó que el personal de ventas

muestra asertividad al momento de la atención al cliente, el personal de ventas informa correctamente respecto a los equipos y sus características, por consiguiente el personal muestra cordialidad en la atención, el personal es comunicativo y respetuoso al momento de realizar la venta. Teniendo como resultado: Obteniéndose los siguientes resultados que el 69.28% muestra compromiso con la dirección, el 40.40% realiza una planificación para gestionar la calidad, el 70.24% son responsables con sus procesos, el 43.44% invierte en infraestructura, el 64.88% muestra un enfoque al cliente, previendo estrategias de diseño y procesos en un 67.04%, aunque solo el 30.08% realiza un seguimiento y mejora continua. Teniendo como conclusiones que mediante el modelo de gestión de la calidad se determinó que existen varios beneficios en su implementación, tal es el caso de costos más bajo e ingresos más altos, con evaluación de la gestión de calidad realizada se constató que su control no es el adecuado, 23 sin embargo existen ciertos parámetros que han permitido su permanencia en el mercado.

Romaní (2017) en su tesis *Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Servicios, Hostales, Distrito de Pichanaki, año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar la práctica de gestión de calidad y su impacto en el enfoque de atención al cliente, en las Mypes del sector servicios, hostales, del distrito Pichanaki, año 2017. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar si los microempresarios de las mypes del sector servicios, 18 hostales, del distrito de Pichanaki, conocen las herramientas y técnicas de gestión de calidad. Determinar si las mypes del sector servicios, hostales, del distrito de Pichanaki, tienen diseñado un plan o modelo de atención al cliente. Identificar si los microempresarios de las mypes del sector servicios, hostales, del distrito de Pichanaki, tienen interés en implantar un plan de calidad en su organización para brindar un soporte a sus servicios. La metodología utilizada fue: diseño de investigación no experimental – transversal –

descriptivo – correlacional. Los resultados fueron: el 54.5% de los propietarios se encuentran en el rango de 40 a 49 años. El 63.6% de los propietarios son del sexo masculino. El 73.7% de los propietarios encuestados son empíricos. El 36.4% de los hostales tienen una trayectoria en servicio de 1 a 3 años. El 81.8% de los trabajadores se encuentran registrados en planilla. El 72.7% no aplica técnicas de gestión de calidad en su administración. El 72.7% indica que la institución no exhibe misión y visión. El 63.6% no ha identificado ni estandarizado sus procesos clave. El 63.6% de los propietarios indicaron que no siguen un plan de negocios. El 81.8% no aplica técnicas para una solución de problemas. El 63.6% indican que cuentan con infraestructura para brindar el servicio de hospedaje. El 63.6% no ha planificado capacitaciones al personal para asegurar un mejor servicio. El 54.5% de los propietarios no tienen establecido un protocolo de atención al cliente. El 63.6% no recoge sugerencias y evitan atender reclamos del cliente. El 54.5% no evalúa la actitud de servicio al cliente al cliente de sus colaboradores. El 81.8% de las mypes no evalúa el nivel de satisfacción del cliente. Finalmente concluye en: Las mypes de hostales de Pichanaki se administran sin gestión de calidad. La gestión es débil 19 respecto a técnicas de administración, es inmediatista. Existe desconocimiento y desinterés de los propietarios en conocer de herramientas y técnicas de gestión. Se prioriza un enfoque en rentabilidad, por recuperar inversión realizada. No existe un plan de mejora en general.

Mogollon (2019) en su investigación titulada: *Caracterización de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro gimnasios distrito de trujillo,2018*. Tiene como objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios Distrito de Trujillo, 2018 .como objetivos específicos: Determinar las

principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios Distrito de Trujillo, 2018. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios Distrito de Trujillo, 2018. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios distrito de Trujillo, 2018. Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de la gestión de la calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios distrito de Trujillo, 2018. La Metodología: Para el presente trabajo de investigación se utilizó un diseño de investigación no experimental, transversal y descriptivo No experimental: porque se observan los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, ya que se han estudiado las variables de gestión de la calidad y atención al cliente, como se presentan dentro ámbito de estudio sin haberse modificado la realidad. Muestra: una muestra dirigida a 15 Mypes y se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas, finalmente se obtuvo información relevante sobre los propietarios, las Mypes, la gestión de la calidad y la atención al cliente, obteniendo estos resultados: el 67% si conocen sobre gestión de la calidad, el 100% conoce sobre la atención al cliente, un 73% del personal no se adapta al cambio, un 67% miden el rendimiento a través de la observación, el 100% están convencidos que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar las metas de la empresa, la mayoría 60% si conocen el termino atención al cliente, la totalidad el 100% si aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, la totalidad un 100% considera que si es fundamental la atención al cliente para que este regresen y se sientan satisfechos con el servicio brindado La muestra poblacional de 15 Mypes, a quienes se aplicó un cuestionario 29 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, siendo el 60% de los entrevistados es de sexo femenino entre 25 a 35 años de los gestores o administradores, solo el 40% tienen grado de instrucción superior no universitaria, 100% de los

gimnasios está formalizados, respecto a la gestión de calidad el 100% de las empresas poseen un plan estratégico y están implementando programas de calidad, asimismo se puede afirmar que el 73.3% de estas empresas cuentan con manual de procesos respecto a los indicadores de desempeño el 100% de las empresas desarrolla una constante supervisión mostrando profesionalidad en el desarrollo de sus unciones dentro del proceso productivo. Como conclusión: En conclusión: La mayoría de los micro empresarios conocen y aplican la gestión de la calidad, usando herramientas básicas de administración, midiendo el rendimiento a través de la observación, teniendo como objetivo mejorar el rendimiento del negocio para alcanzar las metas y objetivos trazados y ser más competitivas.

Antecedentes Locales

Chávez (2016) en su trabajo de investigación Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de chimbote,2016. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016.tiene como objetivo específico: .Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micros y pequeñas empresas del sector Gestión de calidad en atención al cliente Población: La población en estudio consta de 6 micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, año 2016. Muestra: La muestra será de 6 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, año 2016. Diseño El diseño de la investigación fue no experimental – transversal descriptivo – Cuantitativo Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de calidad en atención al

cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, tal como se encuentra dentro de su Técnica La técnica utilizada es la encuesta. Instrumentos En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario Plan de análisis de los datos Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción digital y Acrobat Reader XI, para leer 37 servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios , rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016.como Metodología: Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones. Fue transversal por qué el estudio, Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector, servicios rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2016) Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Fue cuantitativa, porque tuvo una estructura con la cual se puede medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación. El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 66,7% son de género masculino. El 50% tienen instrucción superior

universitaria. El 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 50% tienen entre 6 a 10 colaboradores. El 100% se formaron para generar ganancias. El 100% de los representantes conocen del término gestión de calidad. El 50% miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 100% consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 100% aplican la gestión de calidad en el servicio. El 66,7% consideran que brinda una buena atención. Conclusiones: La mayoría de las micro y pequeñas aplican gestión de calidad en la atención al cliente, puesto que utilizan el Benchmarking y el Outsourcing, de esta manera han logrado mejorar la calidad en sus servicios.

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

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

Yzaguirre (2018) en su trabajo de investigación: *Gestión de calidad en la atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el caso urbano de la ciudad de chimbote, 2018*. tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018, como objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018; Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018 y Describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018; para tal efecto, la investigación se justificó ya que permitió conocer las principales características de la gestión de calidad en la atención

al cliente de las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Metodología: Fue No experimental, porque se realizó sin manipular la variable gestión de calidad, a la vez se describió tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad y sin sufrir modificaciones dentro de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Fue Transversal, porque el estudio se realizó en el año 2018, en un espacio de tiempo determinado, donde tuvo inicio y fin. Fue descriptivo, porque el estudio describió las primordiales características de la variable de gestión de calidad con el uso de la atención al cliente. obteniendo como resultados: El 75% de los representantes tienen de 31 a 50 años, El 75% son de género masculino, El 58.33% tiene una instrucción superior universitario, El 66.67% son dueños, El 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, El 50% tiene 4 a 6 años en el rubro, El 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 75% tiene como objetivo generar rentabilidad, El 58.33% conoce la gestión de calidad y la técnica atención al cliente, El 66.67% indica que la gestión de calidad ayuda alcanzar sus objetivos, El 91.67% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda. Concluyendo: La mayoría absoluta de los representantes tienen 31 a 50 años y son de género masculino, su objetivo generar ingresos, aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda y le ayuda alcanzar los objetivos, la mayoría son profesionales, dueños, tienen de 4 a 6 años de experiencia y permanencia del rubro, conocen el término gestión de calidad y la técnica atención al cliente.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Micro y pequeñas y empresas

Definición de las micro y pequeñas empresas

El restaurante es aquel establecimiento o comercio en el cual se ofrece a los clientes comidas y bebidas de diverso tipo para su consumo, es decir, las personas que asisten a un restaurante se sientan en las mesas que este tiene dispuestas, eligen aquello que quieren comer y beber de una carta o menú que se les facilita, lo ordenan a un mozo o camarero, y una vez listos los alimentos y bebidas se los sirve en a la mesa para que consuman el pedido allí mismo (Pérez & Merino, 2014).

Caracterización de las micro y pequeñas empresas

En este caso, la empresa diseña un artículo para producirlo en grandes cantidades, utilizando un alto grado de mecanización. De esta forma, obtiene economías de escala: a medida que aumenta el volumen de producción, menor será el coste medio (Quilly, 2016).

Importancia de las micro y pequeñas empresas

El tercer principio piensa primero a pequeña escala es de especial importancia en la comunicación de la unión europea sobre la ley de la pequeña empresa, destaca la importancia de reconocer también las diferencias de las micro y pequeñas empresas y medianas empresas. Las necesidad y dificultades que enfrenta una microempresa pueden diferir de las de una pequeña empresa y aun más de las de una empresa mediana (OCDE, 2016).

Aplicación de las micro y pequeñas empresas

Centrada en el entorno de las políticas para aumentar el uso del comercio electrónico por parte de las pymes, esta subdimensión analiza la disponibilidad de plataformas de comercio electrónico (como pagos electrónicos, facilidades logísticas y mercados en línea), en los programas gubernamentales para facilitar el acceso de las PYMES a estas plataformas o el uso del comercio electrónico de otras maneras, así como la sofisticación de los marcos jurídicos y reglamentos que rigen las actividades (OECD & CAF, 2019).

Ventajas de las micro y pequeñas empresas

Es una de las ventajas más evidentes. Las medianas y sobre todo las pequeñas empresas tratarán de una manera más directa con sus clientes, lo que les posibilitará conocer con más facilidad sus necesidades y ofrecer un servicio más individualizado, e incluso establecer relaciones personales y de apego con sus usuarios. Una vez conozcan el negocio, la vinculación del cliente con la PYME frecuentemente será más sencilla que con una gran empresa (Izquierdo, 2017)

Desventajas de las micro y pequeñas empresas

Normalmente, las PYMES carecen del músculo financiero del que disponen las grandes empresas. Por ello, habitualmente necesitarán financiación externa, que también tendrán más limitada y en peores condiciones, sin capacidad de acceder a instrumentos financieros de los que sí disponen las grandes corporaciones, como la cotización en mercados bursátiles, ampliaciones de capital, etc (Izquierdo, 2017)

Conclusiones de las micro y pequeñas empresas

La conclusión es clara y precisa. Nuestro tejido de micro, pequeñas empresas y medianas empresas ni está del todo preparado para las nuevas condiciones de competencia, para el campo estructural. Entre otras muchas cuestiones tejido empresarial basuco presenta un problema de capacitación, una doble divisoria en formación. La divisoria de los trabajadores formados y que se forman continuamente, y los trabajadores no formados. (Teixes, 2015)

La problemática de micro y pequeñas empresas

La problemática de herramienta para ayudar a individuos a tomar conciencia de sus problemas y de sus necesidades. Promueve la comunicación entre ellos a fin de que puedan resolver participativamente los problemas de su comunidad. Motiva el cambio de actitud en las personas hacia la participación en las modificaciones de la sociedad, en forma consciente (Lembert &, Garcia,2015)

Tipos de las micro y pequeñas empresas

En términos generales, una estructura organizativa más plana oculta una fuerza de trabajo fuerte con un alto grado de autonomía en la primera línea. Las estructuras, más generalmente implican numerosas capas de gerencia con complejas relaciones de reporte y una cultura de liderazgo burocrático. Esta correlación puede no ser cierta en las pequeñas empresas, sin embargo, simplemente debido al pequeño número de empleados en la empresa. Las pequeñas estructuras de empresas deben ser relativamente planas, pero el dueño de la empresa o los socios pueden emplear cualquier estilo de liderazgo, de un estilo de mucha colaboración a estilo de comando y control (Abrach, 2019)

Operaciones austeras de las micro y pequeñas empresas

Los empresarios inteligentes saben cómo operar sus negocios tan austeros como sea posible en la fase de inicio. Debido a esto, las estructuras organizativas de las pequeñas empresas pueden dejar aparentes deficiencias operacionales debido a la subcontratación. Un pequeño minorista en línea, por ejemplo, no puede tener nadie a cargo del transporte y la logística, porque la empresa se ha asociado con una empresa de transporte local para manejar estos temas (Abrach, 2019)

Gestión de calidad

Características de gestión de calidad:

La gestión de calidad tiene como características el mostrar un orden en el ambiente laboral y a su vez tener clara las prioridades y la interacción entre los diversos procesos que la empresa ejecuta, de igual forma el poder realizar un seguimiento de una manera más detallada de las maniobras que realiza la empresa y así poder hacer una hallar los problemas con anticipo para poder solucionarlo con facilidad (Muñoz, 2016).

Importancia de la gestión de calidad:

Para las organizaciones es importante utilizar un sistema de gestión de calidad ya que controlara el bien o servicio que estas ofrecen y así se obtendrá la satisfacción de la organización, subordinados, proveedores y a los consumidores. Asimismo, el gerente es a aquel que se encuentra detrás de toda empresa, debido a que esta es catalogada como una obra que nunca inacabable deben ser partícipes los trabajadores de la organización, proveedores hasta los clientes o consumidores (Grupo IOE, 2018).

Beneficios de la gestión de calidad:

La eficacia de un sistema de gestión de calidad ayuda a las organizaciones a poder confrontar exitosamente las demandas de rentabilidad y la calidad de innovación tecnológica, esta ayuda a poder sistematizar las operaciones y hace que los procesos se ejecuten con mayor eficiencia, genera ahorro en las organizaciones, halla recursos no eficientes y los redistribuye de una manera más eficaz (Datascopie, 2016).

Definición de gestión de calidad

Un Sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción (Claret, 2015).

Características de gestión de calidad

Las características o especificaciones son la base para obtener o formar la aptitud del producto para satisfacer la necesidad para el cual fue creado. todo aspecto, llámese propiedad o atributo de los materiales o procesos que se requieran para lograr dicha aptitud, se considera una característica de calidad (Gonzales & Arciniegas, 2015).

Evolución del concepto de gestión de calidad

Históricamente, las personas han estado en relación con la calidad; desde un enfoque en las épocas primitivas, cuando los humanos elaboraban sus propias herramientas, iban por sus alimentos a través de la caza o producían su vestimenta; es decir, indagaban la manera de subsistir con los recursos con los que contaban en aquel entonces. Como seres inteligentes e intuitivos, siempre buscaban mejorar en las actividades que realizaban, es decir, estaban dispuestos al cambio; con el fin de tener

una mejor calidad de vida, razón por la cual, algunas culturas iban desapareciendo para el surgimiento de otras nuevas (Cortés, 2017).

Beneficios de gestión de calidad

Reduce el esfuerzo tanto físico como mental Aumenta el grado de satisfacción en sus actividades diarias Mejora el clima organizacional Reduce las molestias derivadas de las sobrecargas o subcargas de trabajo (Claret, 2015).

Ventajas de gestión de calidad

Cumplir con unos estándares de calidad, favorece a la empresa ante sus distribuciones y proveedores. Según Rilo (2014), la relación entre el cliente y la empresa se fortalece al emplear herramientas de calidad. -Al aplicar herramientas de calidad, la empresa mantiene actualizada. -Al fomentar la cultura de la calidad dentro la empresa, se consigue implicar a todo el personal de la organización a la hora de tomar decisiones, también contar con un sello de calidad, favorece a la organización a nivel comercial.

Importancia de gestión de calidad

Desde los tiempos remotos el ser humano se ha dado a la tarea de encontrar una explicación para todo aquello que lo rodea en distintos ámbitos y comprobar su hipótesis con ello demostrado que una manera de preservar el conocimiento es almacenada los datos de hallazgos (Marcelino & Herrera, 2014).

Desventajas de gestión de calidad

La gestión de la calidad total es un sistema de mejora continua que involucra a todos los trabajadores de una empresa desde la alta dirección a los trabajadores de la línea de producción. El enfoque del programa de mejora es mejorar el servicio al cliente y reducir los residuos en el negocio. Los equipos de mejora de la calidad usan técnicas

y análisis para resolver problemas y para identificar y eliminar las debilidades de la empresa. (Kelchner, 2019)

Atención al cliente

Definición de atención al cliente

Servir a un cliente es realizar una serie de acciones que marcan una relación entre la empresa y el consumidor, basándose en técnicas de mercadeo y mejoras constantes en la calidad de atención que se brinda. En muchas ocasiones y por diversos negocios, esto no se lleva a cabo adecuadamente, porque no definen estrategias que le permitan un buen desarrollo; además de no tener en cuenta que la interacción que se realiza con un comprador forma la imagen de la empresa a la cual pertenecen. A pesar de no ser tarea fácil el establecer una estrecha relación con un cliente, la empresa debe enfocarse en ello, invertir y así, conseguir buenos resultados; una de la formas más comunes y usadas es la desarrollar la fidelización en un cliente, esto representa ganancias y seguro para la organización (Solano, 2017).

Características de atención al cliente:

Para mejorar en la atención de un cliente, primero se debe conocer los errores que se cometen y en base a ellos, encontrar soluciones que permitan subsanar y evitar que se repitan. De esta forma, se conseguirá que el cliente obtenga el producto y servicio en el momento y lugar adecuado, reciba un trato acogedor y cumplir con las expectativas que presente, por ejemplo, en cuanto al precio y la reputación de la empresa; buscar beneficios propios y complacencia de los consumidores. Escudero (2015) determina las siguientes características más importantes que posee la atención a un cliente:

- Intangibilidad: El atender a un cliente se percibe cuando se concreta la acción, en caso contrario, no es apreciado por los sentidos.

- Inseparabilidad: Esta cualidad se refiere a que el servicio de atención y el cliente están alineados, y dicha labor tiene lugar cuando es consumido por la persona.
- Heterogeneidad o variabilidad: el servicio que se brinda puede cambiar, es decir, no es el mismo en todos los casos; de acuerdo con la persona quien lo realiza y la situación en la que se presenta. No debe confundirse con un mal trato o algún tipo de discriminación
- Perecedera: la atención que se le brinda a un cliente no es un producto que puede ser guardado, ya que, es una relación interactiva entre personas.

Atributos del responsable de la atención de clientes:

Para que los individuos encargados de atender a un cliente puedan cumplir con todas las funciones que esa labor requiere, deben estar formados y entrenados para su cumplimiento y poseer una serie de rasgos y atributos para su desenvolvimiento. Carrasco (2017), considera los siguientes:

Confianza: la información que se le brinda a un cliente debe ser verdadera y cumplir con las promesas que se le hace, por ejemplo, en caso de rebajas y promociones de un producto, competencia se trata de la persona encargada de la atención al cliente debe poseer un conjunto de habilidades relacionadas con las funciones que va a desempeñar en el cargo y tener calidad de servicio.

Cortesía: se debe poseer un comportamiento amable en el momento de servir a un cliente, ofrecer un trato respetuoso con las palabras adecuadas.

Agilidad: es un atributo que debe poseer un trabajo en el momento de realizar sus actividades, en caso de que un consumidor presente alguna inquietud, debe ser atendida de forma inmediata. **Disponibilidad:** este atributo debe estar presente para atender de forma correcta y en el momento en que un consumidor la requiera.

Accesibilidad: está relacionado con la disponibilidad, requiere de flexibilidad en el momento de interactuar con el cliente.

Capacidad de comunicación: es la facilidad de palabra y convencimiento que debe poseer una persona en su labor de atención; requiere del uso de un lenguaje adecuado para el entendimiento del consumidor; guarda relación con la cortesía por el empleo de información y palabras idóneas.

Atención estratégica al cliente

La recompensa de contar con un enfoque estratégico de atención al cliente brinda una mayor cantidad de ingresos, costos más bajos, mayor satisfacción del cliente; del mismo modo que toda empresa pueda establecer y sostener una ventaja en el mercado de diferentes maneras obteniendo clientes felices, dispuestos a pagar precios más elevados o a hacer lo que fuera por patrocinar su compañía (Goodman, 2014).

Definición de atención al cliente

La atención al cliente se ha convertido en un elemento fundamental de diferenciación ya que el actual mercado se ha vuelto extremadamente competitivo y los bienes y servicios ofertados son cada vez más parecidos entre, si por ello una buena atención al cliente puede llegar a marcar la diferencia (García, 2014).

La importancia de atención al cliente

La importancia de atención al cliente es obviamente una seria de beneficios y ventajas tanto para la empresa como para el cliente que reciben. Está comprobado que la preocupación por la calidad de la atención al cliente esta estrictamente relacionado con la mayor capacidad de empresas en generar rentabilidad (García, 2014).

Principios básicos en la atención al cliente

La atención al cliente abarca muchos aspectos, se debe tener en cuenta un conjunto de factores para que pueda ser desarrollado eficazmente y se consiga buenos resultados. En la labor que realiza la persona encargada de servir a un consumidor, es este, el núcleo de dicha actividad; por tanto, es importante que conozca todas las pautas y principios que deben seguirse para un desenvolvimiento correcto (Escudero, 2015).

Características de la atención al cliente:

El servicio al cliente, también conocido como servicio de atención al cliente, involucra varias etapas y factores. No nos referimos exclusivamente al momento en que un cliente hace una compra, sino lo que ocurre antes, durante y después de la adquisición de un producto o utilización de un servicio. Un buen servicio al cliente no sólo es responder las preguntas del cliente, sino ayudarlo cuando ni siquiera ha pedido nuestra ayuda, adelantarnos a lo que necesita y cubrir sus necesidades de manera eficaz. Existen otros aspectos como la amabilidad, calidad y calidez que también influirán en el servicio ofrecido (QuestionPro, 2019).

Importancia de atención al cliente

Nos menciona que la atención al cliente es vital para la correcta marcha de cualquier organización, ya que el cliente, quien siempre debe estar en el centro del compromiso y acción de la empresa, debe sentir que se le atiende de manera ágil, amable y correcta, y, sobre todo, que sus expectativas se vean superadas (Chamorro, 2016).

Atención al cliente: el gran momento

A frase: “es 10 veces más fácil retener un cliente que conseguir uno nuevo” cobra en nuestros días más fuerza que nunca. Numerosos planes de comunicación han fracasado en los llamados “momentos de la verdad”; es decir, donde empresa y clientes entran en

contacto, formándose estos últimos una imagen de aquella; básicamente por ausencias de lineamientos en la atención al cliente, falta de capacitación de los empleados para la atención al público o por tener a la persona inadecuada siendo la cara visible de la empresa (Previale, 2019).

Marco conceptual

Las Micro y pequeñas empresas

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios (QuestionPro, 2019).

Gestión de Calidad

El término gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio. Esta definición, que no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto sea consistente, tiene cuatro componentes: Planeamiento de la calidad, Control de la calidad, Aseguramiento de la calidad, Mejoras en la calidad. La gestión de calidad se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente. (OECD & CAF, 2019).

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. (OECD & CAF, 2019).

Microempresario

Persona que trabaja de manera independiente, emprende su propio negocio con el fin de proveerse de sustento económico, generando a la vez, empleo para más personas.

Restaurante

Un restaurante o restorán es un establecimiento de servicio, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local o para llevarla.

Cliente

Un cliente, desde el punto de vista de la economía, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa.

El benchmarking como herramienta de evaluación nombre de investigación

Según Spendolini (2018) se considera un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organización que se reconocen como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales

Importancia de Empowerment

-Al respecto, Chiavenato (2011), sostiene que Empowerment o delegación de autoridad parte de la idea de otorgar a las personas el poder, la libertad y la información que necesitan para poder tomar decisiones y participar activamente y siendo el soporte que necesita la empresa o la organización.

Las 5S

Según (Manzano & Gisbert, 2016) la metodología de las 5S es parte de las técnicas que proviene de los términos japonés de los cinco elementos básicos del sistema: Seiri (selección), Seiton (sistematización), Seiso (limpieza), Seiketsu (normalización) y Shitsuke (autodisciplina).

Outsourcing

Según Harrigan (2017) el Outsourcing se trata de una variedad de la decisión de hacer o comprar (make or buy decision) para obtener los suministros de materiales y servicios necesarios para que la empresa produzca los bienes y servicios y así poder tener una mejor productividad en la organización.

Evaluación de 360°

Según Locke (2016) la evaluación 360° consiste en un proceso de auto descripción de las competencias de un empleado y una evaluación por parte de las personas con las que trabaja a través de un informe que le permita al evaluado estudiar las posibles desviaciones, corregirlas y llevar a cabo planes de acción mejorando su productividad.

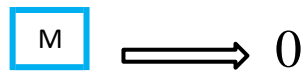
III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación: Caracterización de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019; no se plantea hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación fue no experimental-transversal-descriptivo; fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a 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 del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019; solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones. Según Hernández (2014) “la investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables”; fue transversal, porque el estudio de investigación 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 del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2019. Según Hernández (2014) “las investigaciones transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único”; Fue descriptivo porque solo se describió las principales características 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 del distrito de Nuevo Chimbote, 2019



Donde:

M = Representa la muestra

0 = Representa lo que observamos

4.4. Población Y Muestra

Hernández (2014) agrega que “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

Se utilizó, una población de 20 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019. La información se obtuvo a través de la Municipalidad Distrital de Nuevo Chimbote.

Hernández (2014) también señala que “una muestra es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características que llamamos población”.

Por lo que se consideró una muestra censal, debido a que se encuestaron a las 20 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles del Distrito de Nuevo Chimbote.

4.5. Definición y operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Representantes de las Micro y pequeñas empresas	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas que desean trabajar de forma independiente y crearon su negocio con la finalidad de generar sus propios ingresos y seguir emprendiendo.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas que van desde los 18 años a más, de género masculino o femenino, los cuales poseen cierto grado de instrucción y llevan desempeñando un cargo representativo en la organización por años.	Edad	- 18 a 30 años - 31 a 50 años - 51 a más años	Ordinal
			Género	- Masculino - Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	- Sin instrucción - Educación básica Superior universitario - Superior universitario no	Nominal
			Cargo	- Dueño - Administrador	Nominal
			Años que desempeña	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Ordinal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas son entidades constituidas por una persona natural o jurídica con la finalidad de generar ingresos económicos brindando productos y/o servicios.	Las micro y pequeñas empresas son negocios creados con el objetivo de generar ingresos y no poseen un tiempo establecido de permanencia en el rubro en específico, además cuentan con un cierto número de personas que trabajan en la organización.	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Ordinal
			Número de trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Ordinal
			Las personas que trabajan en su empresa	- Familiares - Personas familiares no	Nominal
			Objetivos de creación	- Generar ganancia - Subsistencia	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad	La atención al cliente es el trato que se le brinda a los clientes o consumidores, enfocando todas las acciones en satisfacer las expectativas y mejorar la experiencia de compra y consumo de estos para lograr su fidelización hacia la empresa. Demostrando el nivel de gestión de calidad que existe dentro de la organización, la cual, es muy importante para determinar si los procedimientos que se siguieron para ofrecer el producto o servicio cumplen con las expectativas planteadas.	El término gestión de calidad debe ser conocido por los microempresarios ya que contiene técnicas modernas de gestión que favorecen la calidad de la organización. Debido a que los trabajadores suelen presentar dificultades que impiden la implementación de este, existen técnicas para medir el rendimiento del personal, porque la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, ayudando a alcanzar los objetivos y metas trazadas. Una de las técnicas más usadas en las mypes es la atención al cliente, ya que es fundamental para que este regrese al establecimiento, por lo que se debe hacer uso de herramientas y determinados factores para medir si se está brindando una buena o mala atención.	Conoce el término gestión de calidad	- Si - No - Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad que conoce	- Benchmarking - Atención al cliente - Empowerment - Las 5 s - Outsourcing - Otros - Ninguno	Nominal
			Dificultades que 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
			La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	- Si - No	Nominal
			La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa	- Sí - No - A veces	Nominal
			Conoce el término atención al cliente	- Sí - No - Tengo cierto conocimiento	Nominal
			Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	- Sí - No - A veces	Nominal

			La atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento	-Si -No	Nominal
			Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	- Comunicación - Confianza - Retroalimentación - Ninguno	Nominal
			Principales factores para la calidad del servicio que brinda	- Atención personalizada - Rapidez en la entrega de los productos - Las instalaciones - Ninguna	Nominal
			Atención que brinda a los clientes	- Buena - Regular - Malo	Nominal
			Motivos por los que considera que se está dando una mala atención al cliente	- No tiene suficiente personal - Por una mala organización de los trabajadores - Sí brindan una buena atención al cliente	Nominal
			Resultados que ha logrado brindando una buena atención al cliente	- Clientes satisfechos - Fidelización de los clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento de las ventas	Nominal

4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para el recojo de información es la encuesta, la cual estuvo direccionada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.

De acuerdo con Bernal (2018) “se denomina encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas para ser dirigidas a una muestra de población”.

El instrumento que se utilizó es el cuestionario, elaborado con 27 preguntas dirigidas a los representantes de las micro y pequeñas empresas, a las micro y pequeñas empresas y para la atención al cliente como factor relevante para la Gestión de Calidad.

Hernández (2014) señala que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”.

4.7. Plan de análisis

Se utilizaron los siguientes programas informáticos:

- Microsoft Excel para realizar la tabulación de la información obtenida con el cuestionario como instrumentos; también fue útil para las tablas y figuras.
- Microsoft Word para realizar la redacción del trabajo de investigación.
- PDF para la presentación final del proyecto de investigación.
- Microsoft Power Point para elaborar la presentación en diapositivas y ser utilizadas en la exposición del trabajo de investigación.
- Turnitin para medir el porcentaje de similitud que tiene el trabajo de investigación con otros estudios.

4.8 Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e Instrumentos
<p>¿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 servicios, rubro restaurantes de comida oriental del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019?</p>	<p>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 del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. - Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. - 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 del distrito de Nuevo Chimbote, 2019. 	<p>Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad.</p>	<p>Se utilizó una población muestral de 20 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019.</p>	<p>- El diseño de la investigación: no experimental – transversal-descriptivo.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p>

4.9. Principios éticos

Según la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote en su Código de Ética para la Investigación versión 002 (2019) establece los siguientes principios éticos:

Protección a las personas: Se protegió los derechos fundamentales de las personas partícipes del trabajo de investigación, respetando su privacidad, de tal modo que no se reveló su identidad y datos personales.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Se tomó las medidas para promover el reciclaje en la micro y pequeñas empresas, además de incentivar el ahorro de energía como medios para la conservación del medio ambiente.

Libre participación y derecho a estar informado: Los microempresarios participantes fueron correctamente informados sobre los propósitos del trabajo de investigación, asimismo, se respetó su decisión de no participar.

Beneficencia y no maleficencia: No se causó ningún tipo de daño a los participantes, se evitó interrumpirlos en horarios laborales y exponiéndolos a cualquier tipo de riesgo.

Justicia: Se trató equitativamente a todos los participantes de la investigación; así mismo, quienes lo desearon, pudieron conocer los resultados obtenidos al aplicar el cuestionario.

Integridad científica: Se actuó con honestidad e integridad durante todo el proceso del trabajo de investigación, de tal modo que, si se observó algún posible riesgo hacia los participantes, estos fueron informados de manera inmediata.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019.

Datos generales	N	%
Edad		
18 – 30 años	4	20.00
31 – 50 años	13	65.00
51 a más años	3	15.00
Total	20	100.00
Género		
Masculino	14	70.00
Femenino	6	30.00
Total	20	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación básica	0	0.00
Superior no universitaria	4	20.00
Superior universitaria	16	80.00
Total	20	100.00
Cargo		
Dueño	20	100.00
Administrador	0	0.00
Total	20	100.00
Tiempo en el cargo		
0 – 3 años	5	25.00
4 – 6 años	11	55.00
7 a más años	4	20.00
Total	20	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019.

Características de las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 – 3 años	4	20.00
4 – 6 años	8	40.00
7 a más años	8	40.00
Total	20	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	3	15.00
6 a 10 trabajadores	15	75.00
11 a más trabajadores	2	10.00
Total	20	100.00
Vínculo familiar		
Familiares	2	10.00
Personas no familiares	18	90.00
Total	20	100.00
Objetivo de creación de la empresa		
Generar ganancias	18	90.00
Subsistencia	2	10.00
Total	20	100.00

Nota: Datos obtenidos del Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019.

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019

Atención como Factor relevante de Gestión de calidad	N	%
Conocimiento sobre el término gestión de calidad		
Sí	14	70.00
No	2	10.00
Tengo cierto conocimiento	4	20.00
Total	20	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad		
Benchmarking	3	15.00
Atención al cliente	10	50.00
Empowerment	1	5.00
Las 5 s	4	20.00
Outsourcing	0	0.00
Otras	2	10.00
Ninguna	0	0.00
Total	20	100.00
Dificultad de los trabajadores Poca iniciativa		
Poca iniciativa	9	45.00
Aprendizaje lento	6	30.00
No adaptarse a los cambios	2	10.00
Desconocimiento del puesto	3	15.00
Otras	0	0.00
Total	20	100.00
Calificación de los procesos de gestión de calidad en su empresa		
Buena	10	50.00
Regular	9	45.00
Mala	1	5.00
Total	20	100.00

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de comida oriental del distrito de nuevo chimbote, 2019

Atención al cliente como factor relevante de gestión de calidad	N	%
Técnicas de medición del rendimiento del personal		
La Observación	8	40.00
La Evaluación	9	45.00
Escala de puntuación	3	15.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otras	0	0.00
Total	20	100.00
La gestión de calidad en el rendimiento del negocio		
Si	20	100.00
No	0	0.00
Total	20	100.00
La gestión de calidad en el alcance de objetivos y metas		
Sí	18	90.00
No	1	5.00
A veces	1	5.00
Total	20	100.00
La atención al cliente influye en la gestión de calidad de su empresa		
Si	17	85.00
No	0	0.00
Talvez	3	15.00
Total	20	100
Conocimiento sobre el término atención al cliente		
Sí	17	85.00
No	1	5.00
Tengo cierto conocimiento	2	10.00
Total	20	100.00

<hr/>		
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio		
<hr/>		
Sí	17	85.00
No	0	0.00
A veces	3	15.00
Total	20	100.00
<hr/>		
Importancia de la atención al cliente para su retorno		
<hr/>		
Sí	19	95.00
No	1	5.00
Total	20	100.00
<hr/>		
Herramientas para un servicio de calidad		
<hr/>		
Comunicación	9	45.00
Confianza	4	20.00
Retroalimentación	7	35.00
Ninguno	0	0.00
Total	20	100.00
<hr/>		
Factores para una atención de calidad		
<hr/>		
Atención personalizada	9	45.00
Rapidez en la entrega de los productos	4	20.00
Instalaciones	7	35.00
Ninguno	0	0.00
Total	20	100.00
<hr/>		

Tabla 3

Características de la atención al cliente como calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental en el distrito de Nuevo Chimbote

Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad	N	%
Tipo de atención		
Buena	18	90.00
Regular	2	10.00
Mala	0	0.00
Total	20	100.00
Factores limitantes en la atención		
No tienen suficiente personal	1	5.00
Mala organización de los trabajadores	11	55.00
Sí se brinda una buena atención	8	40.00
Total	20	100.00
La atención al cliente es fundamental para el funcionamiento de la empresa		
Si	19	95.00
No	0	0.00
Tal vez	1	5.00
Total	20	100.00
Resultados logrados		
Clientes Satisfechos en el cliente	5	25.00
Fidelización del cliente	4	20.00
Posicionamiento de la empresa	5	25.00
Incremento en las ventas	6	30.00
Total	20	100.00

La atención al cliente es fundamental para el funcionamiento de la empresa

Si	18	90.00
No	0	0.00
Tal vez	2	10.00
Total	20	100.00

Nota: Datos obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante de comida oriental en el distrito de Nuevo Chimbote.

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019

Edad de los representantes: el 65% tienen entre 31 a 50 años (Tabla1). Estos resultados contrasta con lo encontrado por Delgado (2018) el cual nos muestra que el 66.6% tienen una edad entre 18 a 30 años de edad, además coinciden con lo encontrado por Romani (2017) el cual nos muestra que el 54.5 % tienen entre 40 a 49 años de edad, también coincide con lo encontrado por Mogollon (2019) el cual nos muestra que el 53% de los representantes de las micro y pequeñas empresas, están en una edad de 31 a 50 años de edad, además coincide con lo encontrado por Chavez (2016) el cual nos muestra que el 50,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, esto coincide con Bueno(2016) el cual nos muestra que la edad de los representantes es el 62,5% tienen entre 31 a 50 años de edad y finalmente coincide con lo encontrado por Izaguirre(2018) el cual nos muestra que el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años. Estos resultados nos demuestran que los negocios están dirigidos por adultos, ya que son personas que con el transcurso del tiempo fueron ganando experiencias y tienen conocimiento empírico en los que respecta la administración.

El género de los representantes: el 70% son de género masculino (Tabla 2). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Delgado (2017) el cual nos muestra que el 51% son de género masculino, estos resultados coinciden con lo encontrado por Romani (2017) el cual nos muestra que el 63,6% de los propietarios son del sexo masculino, además contrasta con los resultados encontrados por Mogollon (2019) el cual nos muestra que el 73% de los representantes de las micro y pequeña empresa son de género masculino, también

coincide con los resultados encontrados por Chavez (2016) el cual nos muestra que el 66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, estos resultados coinciden con lo encontrado por Bueno (2016) el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. Esto nos demuestra que los negocios están dirigidos por representantes de género masculino, se puede mencionar que ellos crearon su negocio, con el fin de mejorar su estilo de vida y ser considerados en el mundo empresarial como personas emprendedoras, ya que desde sus inicios lucharon por el éxito en el rubro. Grado de instrucción de los representantes: el

80% tiene grado Superior Universitario (Tabla1). Esto resultados coincide con los resultados encontrados por Romani (2017) el cual nos muestra que el 72,7% de los propietarios encuestados son “Empíricos” estos resultados no coinciden con lo encontrado por Mogollon (2019) el cual nos muestra que el 80% de los representantes de las Mypes tienen un grado de instrucción superior universitaria, también coinciden con los resultados encontrados por Chavez (2016) el cual nos muestra que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen instrucción superior universitaria pero contrasta con los resultados encontrados por Bueno(2016) quien establece que el 50,0% tiene grado de instrucción secundaria y finalmente coincido con lo encontrado por Yzaguirre(2018) el cual nos muestra que el 58.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitario lo cual representa que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen poco conocimiento al momento de crear su negocio, ya que fue creando con el fin de generar ganancias y mejorar la calidad de vida.

Cargo que desempeña los representantes: el 60 % desempeñan el cargo de dueños (Tabla1). Esto resultados coincide con los resultados encontrados por Mogollon (2019), el cual nos muestra que el 80% de los representantes de las Mypes son dueños, finalmente

coinciden con los resultados encontrados por Chavez(2016) el cual nos muestra que el 83,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el cargo de administrador. Esto nos demuestra que la mayoría de los representantes fueron los fundadores de sus negocios, tienen el compromiso y la responsabilidad de llevar sus negocios al éxito.

Tiempo que desempeña los representantes en el cargo: el 55% de los representantes tienen en el cargo de 4 a 6 años (Tabla1). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Romani(2017) quien establece que el 36,4% tienen una trayectoria en servicio de 1 a 3 años, además contrasta con los resultados encontrados por Mogollon (2018) el cual nos muestra que el 47% desempeñan en su cargo más de 7 años. Estos resultados coinciden con Chavez(2016) quien establece el 33.4% desempeña el cargo de 4 a 6 años, estos resultados contrasta con los resultados de Bueno(2016) quien establece el 50.0% de los representantes tienen en el cargo entre 4 a 6 años, finalmente contrasta con los resultados encontrados por Izaguirre (2018) el cual nos muestra que el 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo. Esto nos demuestra que los dueños tienen mucho tiempo en el cargo, lo cual les hace tomar buenas decisiones y solucionar los problemas que puedan afrontar en un futuro, ya que con el transcurso del tiempo los representantes fueron ganando experiencia en el negocio ya que más tiempo tenga en el rubro, mejores decisiones les hacen tomar el mejoramiento de sus negocios y minimizar los riesgos que puedan ocurrir.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro: el 40% de las micro y pequeñas empresas tienen en el rubro de 4 a 6 años (Tabla2). Estos resultados coinciden con los

resultados encontrados por Mogollon(2018), el cual nos menciona que El 40% de los representantes de las Mypes manifiestan que la permanencia de la empresa es de más de 7 años, pero contrastan con los resultados encontrados por Chávez(2016) el cual nos muestra que el 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro estos resultados coinciden con los datos encontrados por Bueno(2016) El 62.5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro entre 4 a 6 años finalmente contrasta con los resultados de Yzaguirre(2018) el cual nos menciona que el 50% de las micro y pequeñas empresas tiene de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Esto resultados nos demuestra que la mayoría de los dueños de sus negocios saben cuáles son sus debilidades y fortaleza, los cual los hace permitir usar estrategias, también podemos mencionar que más tiempo tenga en rubro.

Número de trabajadores en las micro y pequeñas empresas: el 75% de las micro y pequeñas empresas cuenta un número de 6 a 10 trabajadores (Tabla2). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Mogollon((2018) el cual nos muestra que el 73% de los representantes de la Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores., además coinciden con los resultados encontrados por Chávez(2016) el cual nos muestra que El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 6 a 10 colaboradores, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Bueno(2016) el cual nos muestra que el 62.5% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores, finalmente coinciden con los resultados encontrados por Yzaguirre(2018) el cual nos muestra el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. Este resultado nos muestra que la mayoría de los negocios, no cuenta con trabajadores suficiente, porque los dueños no lo ven necesario contratar mucho personal, ya que los negocios que tienen no demandan de muchos trabajadores, pero en caso eventual o por fiestas navideñas, las ventas incrementar

los cuales les hace necesario contratar personal por un corto tiempo, para abastecer a la demanda.

Relación de los trabajadores: el 90% de las micro y pequeñas empresas tienen a personas no familiares trabajando (Tabla2). Estos resultados coinciden con los resultados de Mogollon (2018) el cual nos muestra que el 80% de los representantes afirman que las personas que trabajan en su empresa no son familiares. Estos resultados coinciden con Chavez (2016) el cual nos muestra que el 66,7% de las micro y pequeñas empresas cuentan con personas familiares trabajando. Este resultado coincide con Bueno (2016) lo cual nos muestra que el 87.5% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando y finalmente coinciden con los resultados encontrados por Yzaguirre (2018) el cual nos muestra que el 100% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas no familiares. Estos resultados nos demuestran que la mayoría de los negocios, tienen trabajadores ajenos a sus familias, ya que consideran primordial contratar personal con experiencia en el rubro, que ayuden al mejoramiento de la empresa y se logren todos los objetivos propuestos, también se toman en cuenta sus experiencias laborales y personas proactivas que necesitan todos los negocios.

Objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas: el 80% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias (Tabla2). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Mogollon (2018) el cual nos menciona que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que los objetivos de creación de la empresa son para generar ganancias, además coinciden con los resultados encontrados por Chavez (2016) el cual nos muestra que el 100% de las micro y pequeñas empresas se formaron para generar ganancias, esto coincide con los resultados con Bueno (2016) el cual nos menciona que el 62.5% de las Micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias, esto finalmente coincide con los resultados de Yzaguirre (2018) el cual

nos menciona que el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar rentabilidad. Este resultado nos señala que los dueños crearon sus negocios con el objetivo de generar mayor rentabilidad y fuentes de empleo, con el transcurso del tiempo los ingresos fueron incrementando, por lo cual hoy en la actualidad su objetivo es tener un mejor posicionamiento en el mercado y generar mayor empleo a la sociedad.

Tabla 3. Características de la Gestión de Calidad con el enfoque de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote, 2019

Conocimiento del término gestión calidad de los representantes: el 70% de los representantes si conoce el termino gestión de calidad(Tabla3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Mogollon (2018) el cual nos menciona que el 67% de los micro empresarios si conocen el termino de gestión de calidad, además coinciden con los resultados encontrados por Chavez(2016) el cual nos muestra que el 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad, pero contrasta con los resultados encontrados por Bueno(2016) el cual nos muestra que El 62.5% de los representantes no conoce el término gestión de calidad y finalmente coinciden con lo encontrado por Yzaguirre(2018) el cual nos muestra que el 58.33% de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad. Estos resultados nos señalan que la mayoría de los representantes conocen el termino gestión de calidad, también podemos mencionar que el rendimiento de la gestión de calidad se basa en el desarrollo de las actividades necesarias para obtener que el producto o servicio sea capaz de satisfacer a los clientes y saber buscar los adecuados pasos para la resolución de los problemas, que puedan ocurrir cuando un trabajador, bajo su rendimiento.

Conocimiento de las técnicas de la Gestión de Calidad de los representantes: el 80% de los representantes conoce la técnica de atención al cliente (Tabla3). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Mogollon (2018) el cual nos muestra que el 100% de los micro empresarios encuestados conocen sobre atención al cliente, estos resultados no coinciden con lo encontrado por Chávez (2016) el cual nos demuestra que el 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la técnica el Benchmarking, además no muestra aquellos resultados de Bueno (2016) el cual nos muestra que el 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión y finalmente con lo encontrado por Yzaguirre (2018) el cual nos muestra que el 58.33% de las micro y pequeñas empresas aplican como técnica de gestión de calidad la atención al cliente Esto nos da conocer que en la actualidad es de suma importancia incorporar la atención de calidad en los negocios, ya que lo conllevara a incrementar sus ventas y mejorar el servicio para tener una mejor posición en el mercado.

Dificultades del personal para la implementación de la gestión de calidad: el 50% de los representantes aseguran que la dificultad para implementación de la gestión de calidad es la poca iniciativa (Tabla 3). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Mogollon (2018) quien establece que el 73% de los representantes manifiestan que los trabajadores no se adaptan al cambio. Estos resultados no coinciden con Chavez(2016) el cual nos muestra que el 33,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que las dificultades del personal en la aplicación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, también contrarresta con Bueno(2016) el cual nos afirma que el 75.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios y finalmente coinciden con los resultados de Yzaguirre(2018) quien establece que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como dificultad el desconocimiento del puesto. Los encuestados nos

señala que unas de los problemas para la implementación de la gestión de calidad es la poca iniciativa de las micro y pequeñas empresas.

Calificación de los procesos de gestión de calidad en la empresa: el 50% de los representantes aseguran una buena calificación de los procesos de gestión de calidad en la empresa (Tabla3) estos resultados no coinciden con los resultados encontrados por Delgado (2016) quien establece que el 48% coincide que es mala la calidad de servicio, Los resultados nos señala que la mitad de los representantes les parece buena los procesos de gestión de calidad.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: el 75% de los representantes usan la técnica de observación para medir el rendimiento del personal (Tabla3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Mogollon (2018) quien establece que 67% de los representantes encuestados conocen la técnica para medir el rendimiento es la observación. Esto coincide con los resultados de Chavez (2016) el cual nos muestra que el 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación. Estos resultados coinciden con Bueno (2016) quien establece que el 87.5% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación y finalmente coincide con lo encontrado por Yzaguirre (2018) el cual nos muestra el 50% de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento de su personal con la observación Los encuestados nos señala que mediante la observación miden el rendimiento de su personal, ya que ellos consideran que mediante la observación puedan notar sus habilidades.

Rendimiento del negocio con la gestión de calidad: el 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio (Tabla3). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Mogollon (2018) quien establece que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la

gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio., además coinciden con los resultados encontrados por Chavez (2016) el cual nos muestra que el 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. Además coinciden con lo encontrado por Bueno (2016) lo cual nos muestra que el 62.5% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas y finalmente coincide con lo encontrado por Yzaguirre (2018) el cual nos muestra que el 75% de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios. Este resultado nos demuestra que el rendimiento de la gestión de calidad se basa en el desarrollo de las actividades son necesarias para obtener que el producto o servicio sea capaz de satisfacer a los clientes y saber buscar los adecuados pasos para la resolución de los problemas, que puedan ocurrir cuando un trabajador, bajo su rendimiento.

Referente a las técnicas administrativas de la atención al cliente como factor en el sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de nuevo chimbote, 2019

La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa: el 90% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si les ayuda a alcanzar sus objetivos y metas. (Tabla4). Estos resultados contrarrestan con los resultados encontrados por Mogollon (2018) quien establece que el 100% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si les ayuda a alcanzar sus objetivos y metas en la empresas y finalmente estos resultados coindicen con los resultados encontrados por Yzaguirre (2018) quien establece que el 66.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si les ayuda a alcanzar sus objetivos y metas, estos resultados indican que la gestión de calidad si les permite alcanzar con sus objetivos y

metas trazadas, lo cual les ayuda a mantener una buena planificación de sus actividades y así crecer en el negocio en que se desempeñan.

La atención al cliente influye en la gestión de calidad de la empresa: el 85% de las micro y pequeñas empresas consideran que si influyen (Tabla 4). Estos resultados indican que la mayoría de estos resultados influyen la atención al cliente con gestión de calidad

Conoce el termino atención al cliente: el 85% de los representantes aseguran que conocen el termino atención al cliente (Tabla4). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Mogollon (2018) quien establece que el 60% de representantes si conocen el termino atención al cliente. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Chavez (2016) quien establece que el 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas conocen el término atención al cliente. Estos resultados coinciden con Bueno (2016) lo cual nos muestra que el 62.5% de los representantes conocen el termino atención al cliente y finalmente estos resultados concuerdan con lo encontrado por Yzaguirre (2018) que nos demuestran que el 91.67% de las micro y pequeñas empresas indican que si conocen el término atención al cliente. Estos resultados indican que si conocen el término atención al cliente, por ello se preocupan en brindar la mejor atención y cumplir con sus expectativas para así cuidar a sus clientes.

Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes: el 85% de los representantes aseguran que aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes (Tabla4). Estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Mogollon (2018) quien establece que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si aplican la gestión de calidad en la atención al cliente. Esto coincide con Chavez(2016) que nos muestra que el 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, también coincide con

Bueno(2016) que nos indica que el 62.5% de los representantes aseguran que aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan y finalmente estos resultados coinciden con Yzaguirre(2018) lo cual nos muestra que 91.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que si aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan Estos resultados nos demuestran que la mayoría de los representantes aplican esta gestión, que estos a la vez han traído consigo a más clientes y muy buenas referencias de sus negocios. La atención al cliente es fundamental para que este regrese: El 95% de los representantes aseguran que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento (Tabla4). Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Mogollon (2018) el cual nos muestra que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas manifiestan que si es fundamental la atención al cliente porque este regrese. Estos resultados coinciden con Bueno(2016) lo cual nos muestra que el 50.0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimientos y finalmente concuerdan con Yzaguirre(2018) lo cual nos muestra que el 91.67% de las micro y pequeñas empresas indica que la atención al cliente si es fundamental para sus negocios Estos resultados nos señalan que es fundamental la atención al cliente para poder fidelizarlos y atraer a nuevos clientes potenciales y así diferenciarse de la competencia.

Herramientas que utiliza para un servicio de calidad: El 55% de los representantes aseguran que utilizan la comunicación. Esto coincide con Mogollon (2018) lo cual nos indican que el 80% de los micro y pequeñas empresas utilizan la herramienta para un servicio de calidad es la comunicación y finalmente coincide con Bueno (2016) que nos muestra que el 50.0% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. Esto demuestra que la mitad de resultados son diferentes, ya sea a través de una expresión

corporal agradable, una sonrisa, paciencia para aclarar las dudas del cliente, por esta razón los clientes se sienten como en casa.

Principales factores para la calidad de servicio que brinda: El 55% de los representantes elijen que la calidad de servicio que brinda es de Instalaciones, Esto coincide con Mogollon (2018) que nos muestra que el 40% de los representantes de las micro y pequeñas empresas la calidad del servicio que brinda es la atención personalizada y finalmente cual también coincide con Bueno (2016) lo cual indica que el 50.0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio la atención personalizada. Estos resultados nos indican diferentes muestras de igual forma los clientes se siente mejor con un personal que les trasmite entusiasmo y ganas de recibir una buena atención.

La atención que brinda a los clientes: El 90% de los representantes elijen que la atención que brindan a los clientes es buena. Esto coincide con Mogollon (2018) lo cual nos muestra que el 60% de los micro y pequeñas empresas confirman que la mala atención al cliente se da por la mala organización de los trabajadores, también coincide con Chavez (2016) esto nos muestra que el 66,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que atención que brindan es buena. Estos resultados coincide con Bueno (2016) lo cual nos muestra que el 62.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena y finalmente los resultados de Yzaguirre(2018) coinciden ya que nos muestra que el 83.33% de las micro y pequeñas empresas aplican una buena atención al cliente. Esto demuestra que la mayoría absoluta de las micro y pequeñas empresas brindan una buena atención a sus clientes, con un servicio rápido y especializado los cuales permiten que estos regresen nuevamente y así incrementar sus ventas.

Considera usted que podría brindar una mala atención a los clientes: El 55% elije que pueden que den una mala atención por una mala organización de los trabajadores. Esto coincide con Mogollon (2018) que nos muestra que el 60% de los micro y pequeñas

empresas confirman que la mala atención al cliente se da por la mala organización de los trabajadores. Estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Chavez (2016) lo cual nos muestra que el 100,0% de los representantes de las Micro y pequeñas brindan una buena atención al cliente. Estos resultados coinciden con Bueno (2016) ya que nos muestra que el 51% reconoce que esta brindado una mala atención por no contar con suficiente personal y finalmente coinciden con los resultados de Yzaguirre (2018) lo cual nos muestra que el 41.67% de las micro y pequeñas empresas consideran que dan una mala atención por una mala organización de sus trabajadores. Esto demuestra que la mayoría relativa de las micro y pequeñas empresas consideran que están dando una mala atención debido a una mala organización de sus trabajadores.

Considera usted que la atención al cliente es fundamental para el funcionamiento: El 95% de las micro y pequeñas empresas confirmo que si es fundamental para el funcionamiento de la empresa. Esto demuestra que la mayoría de representantes de las micro y pequeñas empresas considera que si es fundamental el funcionamiento de la empresa ya que nos ayudara a definir los gustos de los clientes.

Que resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente: El 75% considera que logró clientes satisfechos. Esto coincide con Mogollon (2018) el cual nos muestra que el 53% de los representantes de las micro y pequeñas empresas confirman que los clientes están satisfechos. Finalmente, esto coincide con Bueno (2016) que nos muestra que el 37.5% de los representantes ha logrado obtener fidelidad de los clientes.

Considera usted que la buena atención al cliente ha incrementado sus resultados económicos: El 90% de las micro y pequeñas empresas expresan que Si han incrementado sus resultados económicos, Esto demuestra que lograron a incrementar por la buena atención al cliente.

VI. CONCLUSIONES

Finalizada la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

Respecto al objetivo específico 1, se llegó a la conclusión de que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote se encuentran en el rango de edad entre 31 a 50 años, son de género masculino, poseen un grado de instrucción superior universitario, desempeñando el cargo de dueños de las empresas por un tiempo estimado entre 4 a 6 años.

Respecto al objetivo específico 2, se llegó a la conclusión de que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 4 años a más, cuentan con un total de 6 a 10 trabajadores que no tienen relación familiar con los representantes de la empresa y además fueron creadas con el objetivo de generar ganancias.

Respecto al objetivo específico 3, se llegó a la conclusión de que la mayoría de los representantes si conoce el término gestión de calidad, la técnica moderna que más conocen es atención al cliente, la mayor dificultad que impide la implementación de gestión de calidad es la poca iniciativa que presentan los trabajadores, además la mitad de los representantes consideran que sus procesos de gestión de calidad en la empresa son buenas, también mencionan que utilizan la técnica de la evaluación para medir el rendimiento del personal, la totalidad de los representantes consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio y que también ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa, se encontró también que la

mayoría considera que la atención al cliente si influye en la gestión de calidad de su empresa.

Respecto al objetivo específico 4, se llegó a la conclusión de que la mayoría de los representantes si conoce el término atención al cliente, aplican también la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes y consideran que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento. Además, mencionan que la herramienta que utilizan para un servicio de calidad es la comunicación, por otro lado, la atención personalizada es el principal factor para la gestión de calidad del servicio brindan en su empresa, por lo que consideran que la atención que brindan es buena. Sin embargo, la mitad de los representantes considera que debido a una mala organización de los trabajadores se podría brindar una mala atención a los clientes. Los representantes también manifiestan que la atención al cliente es fundamental para el funcionamiento de la empresa, además testifican que han logrado clientes satisfechos y el posicionamiento de la empresa brindando una buena atención al cliente, finalmente también lograron incrementar sus resultados económicos gracias a la buena atención.

Aspectos Complementarios

Recomendaciones

Recomendar a los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de comida oriental capacitarse en atención al cliente, lo cual les permitirá poder aplicar los conocimientos obtenidos en función de mejorar la gestión de calidad en la empresa, ya que estarán orientados a la satisfacción del cliente.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se sugiere a los representantes de las micro y pequeñas empresas, capacitar y motivar a los trabajadores, ya que al encontrarse en una empresa cuyo ambiente organizacional es bueno, podrán tener un mayor rendimiento en sus actividades y brindar una mejor atención a los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abrach A. (2019) Perspectivas Sobre Correlaciones Estructurales en las micro y pequeñas empresas.

Aguilar, F. & Segovia, A.(2017). Caracterización del Servicio y Atención al Cliente en los Negocios Informales Ubicados en la Parroquia Rural Tachina. Revista Científica Hallazgos21,2(1).Recuperadode:<http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/4>

Alberti G.Beatriz M. y Villena J.(2015) .Apuntes para la creación de una red temática sobre las PyME en el espacio ALCUE: observatorio PyME y desarrollo territorial-

Dialnet. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5198279>

Bernal, A. (2018). Modelo de medición de impacto de los sistemas de información en las MYPES en el Perú. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81658059006>

Bernal, I. (2018). Técnica Encuesta. Recuperado de: <http://tecnicauencuesta1.blogspot.com/2018/05/definicion-de-encuesta-se-denomina.html>

Bonilla, P.(2015). La gestión de la calidad y su relación con los costos de desechos y desperdicios en las mypesdelaconfeccióntextil. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=337443854002>

Bueno, M. (2016). Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de Abril, Chimbote, 2016. recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8228>

Carrasco, S. (2017). Servicios de atención comercial. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=gAMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente+2017&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjh863P3cLiAhXhwVkKHakTA1QQ6AEIUTA#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente%202017&f=false>

Chiavenato, I. (2011). Administración de Recursos Humanos. El Capital humano de las organizaciones. Editorial Mc. Graw Hill, México D.F

Claret, O. (2015). (Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015

Cortez J. (2015). Sistema de gestión de calidad. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=RhkWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestion+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi2pbw9v1AhVPmVkkHW45AkwQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>

Cortés, J.(2017). Sistemas de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015). Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=RhkWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjVgpn58HiAhUJm1kKHRQIBNsQ6AEIOTAD#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false>

Chavez E. (2016). Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9189>

Chamorro, S. (2016). Las 10 claves para mejorar la atención al cliente. Recuperado de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-paramejoraratencion-cliente-tu-empresa>

Datascope.. (2018). ¿Por qué tu empresa debe contar con un buen sistema de gestión de calidad? Recuperado de: <https://www.mydatascope.com/blog/es/2018/05/04/porque-tu-empresa-debe-contar-con-buenos-sistemas-de-gestion-de-calidad/>

Davila, J. (2018). Caracterizacion de la formalizacion y la competitividad de las mypes del sector servicios rubro de hospedajes en el distrito de Cutervo, región Cajamarca, Perú, año 2018. recuperado de: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9181/FORMALIZACIONCOMPETITIVIDAD-MYPE-JORGE-CARLOS-DÁVILA-FUENTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9181/FORMALIZACION%20COMPETITIVIDAD-MYPE-JORGE-CARLOS-D%C3%80VILA-FUENTES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Delgado D. (2018). Repositorio nacional en ciencia y tecnología ficha de registro de tesis. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14003>

Escudero, M. E. (2015). Servicio de atención comercial. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=ue7JCQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjUzJLK28LiAhWk11kKHVo7CggQ6AEIKDAA#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente%202015&f=false>

Grupo IOE. (2018). Importancia de la gestión de la calidad en la empresa. Recuperado de <https://www.grupoioe.es/importancia-de-la-gestion-de-la-calidad-en-la-empresa/>

González, P. (2017). Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo. UF0049.

Recuperadode:https://books.google.com.pe/books?id=BCIEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjb_H_MHiAhURw1kKHQ4aDGs4ChDoAQhPMAc#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false

Gonzales, O.(2015) Un estudio comparativo del perfil financiero y administrativo de las pequeñas empresas en México: entidades del Estado de México, Hidalgo, Puebla, Sonora y Tamaulipas. recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34213111001>

Goodman L. (2014.). EL ARMA SECRETA DE LA EMPRESA QUE ALCANZA LA ECELENCIA.

Guerrero, O. (2018). Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las Mypes del sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el mercado de Tumbes, 2018. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5961>

Goodman, J. (2014). Atención estratégica al cliente. Recuperado de:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5486850&query=atencion%2Bal%2Bcliente>

Gonzales O, Arciniegas J. (2015) Sistema de gestión de calidad: Teoría y practica
bajolanormaISO.recuperadode:https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=baUwDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+caracteristicas&ots=bmyzeXbVjz&sig=E_ddASoFcdBdrqVtjwFKCzhDLE#v=onepage&q=caracter%C3%ADsticas&f=false

Harrigan, K. (1985). Strategies for intrafirm transfers and outside sourcing. *Academy of Management Journal*, 28, 914–925.

Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición. Mc Graw Hill Education.

Puebla, H(2015) Un estudio comparativo del perfil financiero y administrativo de las pequeñas empresas en México: entidades del Estado de México, Hidalgo, Puebla,

Sonora y Tamaulipas recuperadode:https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/II_SistOrgSocMedEfec/mendoza_moheno_jessica/un_estudio_comparativo_d_el_perfil_financiero_y_administrativ.pdf

Izquierdo, R. (2017). Ventajas y desventajas de las PYMES frente a las grandes empresas. Recuperado de: <https://integriaims.com/ventajas-y-desventajas-de-las-pymes/>

Kelchner, A. (2019) Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad.

- Lembert, M. & Garcia de gemes, I. (2015). 1, 2, 3 Educación financiera para niños y jóvenes Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=v-PIBgAAQBAJ&dq=problemática+en+las+micros+y+pequeñas+empresas&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Locke, E.: Motivation through conscious goal setting. 1996. Cambridge University Press, USA.
- Manzano Ramírez, M. & Gisbert Soler, V. (2016). Lean Manufacturing : implantación 5S. 3C Tecnología: glosas de innovación aplicadas a la pyme, 5(4), 16-26. DOI: <http://dx.doi.org/10.17993/3ctecno.2016.v5n4e20.16-26>
- Marcelino, A. & Herrera D. (2014) Administración de la calidad. Recuperado de: <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384758.pdf>
- Montenegro, Taie, Ricciardi (2017). Implementación y evaluación de un programa de gestión de calidad para el monitoreo de glucómetros en un hospital universitario.
Recuperado de: <http://revista.sati.org.ar/index.php/MI/article/view/506>
- Mogollon, R.(2018). Caracterización de la gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro gimnasios distrito de Trujillo, 2018. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9254?show=ful>
- Muñoz, K. (2016). Características del control de calidad y gestión de la calidad. Recuperado de <https://prezi.com/murausa9cehv/caracteristicas-del-control-de-calidad-yla-gestion-de-la-ca/>

Navarro & Cruces, (2014). DISEÑO DE UN MODELO ESCALONADO DE CALIDAD PARA EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS DESIGN OF A QUALITY STEPWISE MODEL FOR BUSINESSES URBAN PASSENGER TRANSPORT.

OCDE. (2016). Revisiones de la OCDE sobre reforma regulatoria. recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=cJ6NDQAAQBAJ&pg=PA236&dq=importancia+de+las+micro+y+pequeñas+empresas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjGmLfpttrlAhXHx1kKHYT9CWQQ6AEILzAB#v=onepage&q&f=false>

OECD, & CAF. (2019). América Latina y el Caribe 2019 : políticas para PYMEs competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur. recuperado de: <https://doi.org/https://doi.org/10.1787760745031-es>

Parra s, F. Moreno, M. (2017). Mejora en la gestión de la calidad en periódicos provinciales. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181549596002>

Peña, S. & Osorio J. (2015). Revista Ingenierías Universidad de Medellín. In Revista Ingenierías Universidad de Medellín (Vol. 14). Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S169233242015000100007&script=sci_abstract&tlng=en

Pérez, J. y Merino M. (Publicado: 2014). Definición de restaurante. Recuperado de: (<http://definicion.de/restaurante/>)

Previale, V. (2019). Atención al cliente: el gran momento. Recuperado de : <https://emprendedoresnews.com/tips/atencion-al-cliente-el-gran-momento.html>

Quilly, M. (2016). Preparación de proyectos de diseño gráfico. recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=Qw1oCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

QuestionPro. (2019). Servicio al cliente. Recuperado de

<https://www.questionpro.com/es/servicio-al-cliente.html>

Romani, E. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, hostales, distrito de pichanaki, año 2017. Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4542/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_EN_EL_CLIENTE_ROMANI_PASTRANA_EDSON_DAVID.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Salazar, W. Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81649428003>

Sierra, Y. Olarte, C. Juaneda, E. y Pelegrin J. (2018). Venta de vino. Principios

prácticos para la atención al cliente Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=8ptMDwAAQBAJ&pg=PT17&lpg=PT17&dq=c>

onocer+al+cliente+es+un+fa%20ctor+clave+para+anticiparse+a+sus+necesidades+y+p

oder+proporcionar+una+experiencia+de+compra+%C3%BAnica+que+%20le+invite+a

+volver&source=bl&ots=INnBt0AL-g&sig=ACfU3U3#v=onepage&q&f=false

Solano, E. (2017). ¿Cuánta razón tiene el cliente?: Manual práctico de servicio al cliente.

Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=WZU6DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atencion+al+cliente+2017&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjh863P3cLiAhXhwVkKHakTA1QQ6AEIOjAD#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente%202017&f=false>

Spendolini MJ. Benchmarking. Bogotá: Norma S.A., 2018. p. 11.

Torres C, Sanhueza R. (2014) Diseño de un modelo escalonado de calidad para empresas de transporte urbano de pasajeros. Recuperado de : <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/RI/article/view/5>

Teixes, F. (2015). Gamificación: fundamentos y aplicaciones de Ferran Teixes. Recuperado de: https://play.google.com/store/books/details/Ferran_Teixes_Gamificaci3n_fundamentos_y_aplicacio?id=SipNCgAAQBAJ

Ventajas, K. (2019) Desventajas de gestión de calidad. Recuperado de: <https://pyme.lavoztx.com/ventajas-y-desventajas-de-las-estrategias-de-gestin-de-lacalidad-total-5965.html>

Yzaguirre, E. (2018). Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9872>

Zamora, R. (2019) Atención al cliente y validación funcional. Recuperado de : <https://doi.org/10.18583/UMR.V1I1.6.G13>

Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	AÑO 2019				AÑO 2020								AÑO 2021			
		SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I			
		MES				MES				MES				MES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura					X											
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						X										
8	Ejecución de la metodología							X									
9	Resultados de la investigación								X								
10	Conclusiones y recomendaciones									X	X						
11	Redacción del pre informe de Investigación											X	X				
12	Redacción del Informe Final														X		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación															X	
14	Presentación de ponencia en Jornadas de Investigación																X

15	Redacción de Artículo Científico																			X
----	----------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

Anexo 02: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros			
• Impresiones	15.00	1	15.00
• Fotocopias	7.50	1	7.50
• Empastado	12.00	1	12.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	12.00		12.00
• Lapiceros	2.50	1	2.50
Servicios			
• Uso del Turnitin	50.00	1	50.00
Sub total			99.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	4.00	4	16.00
Sub total			16.00
Total de presupuesto desembolsable			115.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría			
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			

Total presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			767.00

Anexo 03 Cuadro de sondeo de las Micro y Pequeñas empresas.

Nº	LICENCIA	VIGENCIA	ESTADO DE LICENCIA	NOMBRE	NOMBRE DEL PERSONA
1	062-2019	INDETERMINADA	VIGENTE	"RESTAURANTE, CHIFA, PALERMO"	TORRES MEDINA JUAN ELMER
2	286-2019	INDETERMINADA	VIGENTE	RESTAURANT CHIFA " TIN TOM "	NEGOCIOS INVERSIONES HERCORP S.A.C.
3	343-2019	INDETERMINADA	VIGENTE	CHIFA " EL HORNERITO CHICKEN "	DE LA CRUZ ECHEVARRIA CRISTIAN GILVER
4	229-2018	INDETERMINADA	VIGENTE	CHIFA KON-FUSION LUMI	PREPARACION VENTA DE COMIDAS, BEBIDAS GASEOSAS
5	345-2018	INDETERMINADA	VIGENTE	RESTAURANT -"EL GRAN CHINO"	PREPARACION VENTA DE COMIDAS, BEBIDAS GASEOSAS
6	407-2018	INDETERMINADA	VIGENTE	RESTAURANTE CHIFA "CHINA TOWN"	PREPARACION VENTA DE COMIDAS, BEBIDAS GASEOSAS
7	473-2018	INDETERMINADA	VIGENTE	RESTAURANTE "CHIFA CANTON"	PREPARACION VENTA DE COMIDAS, BEBIDAS GASEOSAS
8	567-2018	INDETERMINADA	VIGENTE	"POLLERIA - CHIFA EL DORADITO"	PREPARACION VENTA DE POLLOS A LA BRASA, CHIFA, BEBIDAS
9	576-2018	INDETERMINADA	VIGENTE	RESTAURANT CHIFA "JHENSPER"	PREPARACION VENTA DE COMIDAS, BEBIDAS GASEOSAS
10	270-13	INDETERMINADA	VIGENTE	CHIFA FELICIDAD	CHIFA
11	374-13	INDETERMINADA	VIGENTE	RESTAURANT CHIFA JHENSPER	RESTAURANTE - CHIFA
12	461-13	INDETERMINADA	VIGENTE	CHIFA YONGFU	CHIFA
13	485-13	INDETERMINADA	VIGENTE	POLLERIA CHIFA "NAOMI"	POLLERIA Y CHIFA
14	588-13	INDETERMINADA	VIGENTE	CHIFA RESTAURANT "TOKIO"	CHIFA RESTAURANTE
15	694-13	INDETERMINADA	VIGENTE	CHIFA "RINCONCITO ORIENTAL"	RESTAURANTE CHIFA
16	811-13	INDETERMINADA	VIGENTE	RESTAURANT CHIFA "SAYURI II"	CHIFA RESTAURANT "SAYURI II"
17	108-12	INDETERMINADA	VIGENTE	POLLERIA CHIFA "EL BUEN SABOR"	POLLERIA Y CHIFA
18	157-11	INDETERMINADA	VIGENTE	RESTAURANT - CHIFA "KINTIN"	RESTAURANTE, POLLERIA Y CHIFA
19	570-12	INDETERMINADA	VIGENTE	BROSTERIA - CHIFA "ESPERANZA"	CHIFA
20	600-12	INDETERMINADA	VIGENTE	POLLERIA - CHIFA " LAS DELICIAS "	POLLERIA

Anexo 4: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro hoteles del Distrito de Nuevo Chimbote, 2019. Para optar el grado académico de bachiller en Ciencias Administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción

- b) Educación básica
- c) Superior no universitario
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña 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

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. Gestión de calidad

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

- a) Sí

- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento

11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) Las 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. ¿Cómo calificaría Ud. los procesos de gestión de calidad en su empresa?

- a) Buena
- b) Regular
- c) Mala

14. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

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

15. ¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio? a)

Sí

b) No

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

- a) Sí
- b) No
- c) A veces

17. ¿Considera Ud. que la atención al cliente influye en la gestión de calidad de su empresa?

- a) Si b) No
- c) Talvez

2.2. Referentes a las técnicas administrativas: Atención al cliente

18. ¿Conoce el término atención al cliente?

- a) Sí
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento

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

- Sí
- b) No
- c) A veces

20. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que este regrese al establecimiento?

- a) Sí
- b) No

21. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

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

22. Principales factores para la calidad de servicio que se brinda

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

23. La atención que brinda a los clientes es:

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

24. ¿Por qué considera usted que podría dar una mala atención al cliente?

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

25. ¿Considera Ud. que la atención al cliente es fundamental para el posicionamiento de su negocio?

- a) Si b) No
- c) Talvez

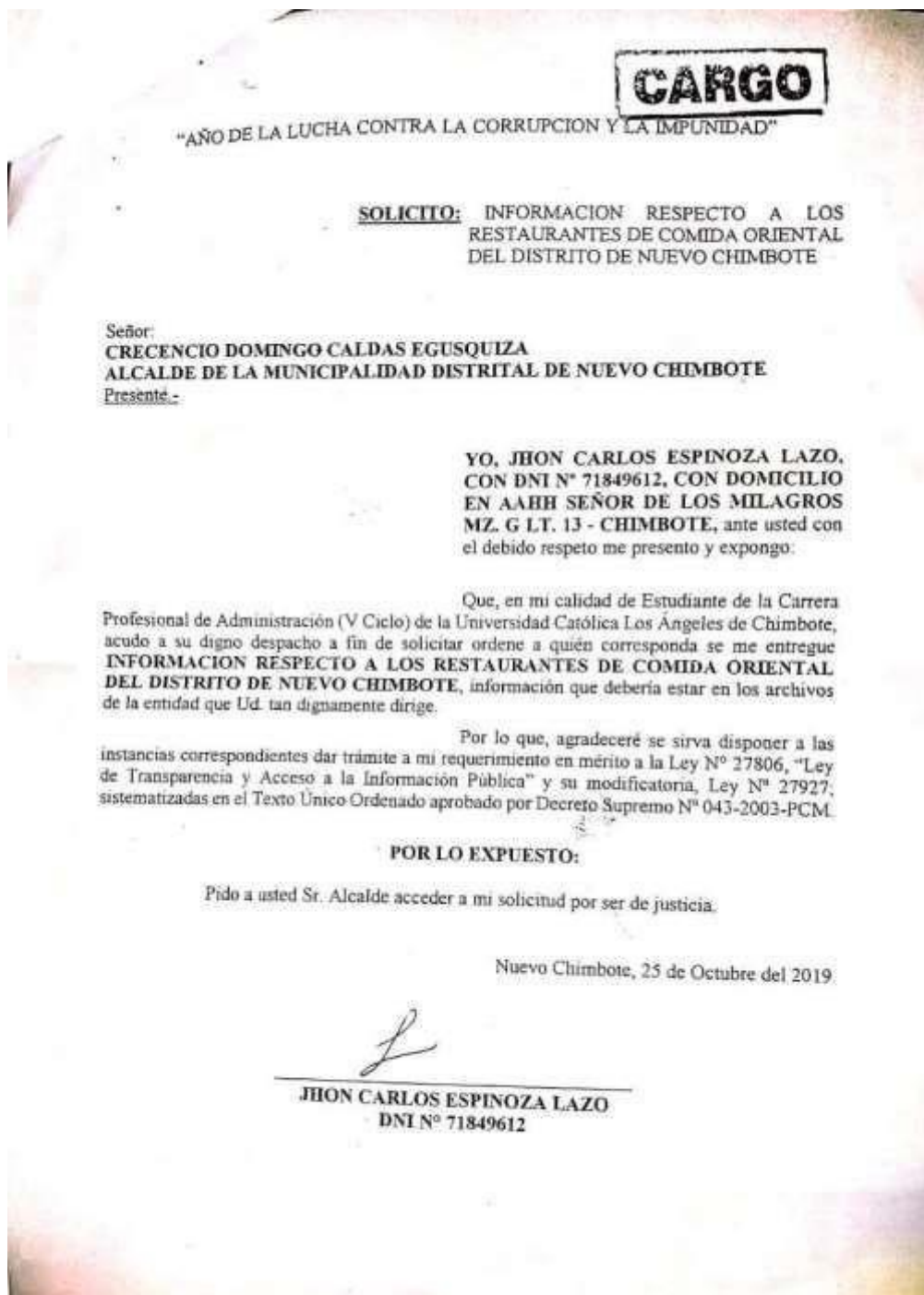
26. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?

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

27. ¿Considera Ud que la buena atención al cliente ha incrementado sus resultados económicos?

- a) Si b) No
- c) Tal vez

Anexo 5: Documentos de la Municipalidad



Anexo 6. Hoja de tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	18-30 años		4	20.00
	31-50 años		13	65.00
	51 a más años		1	15.00
	Total	- - -	20	100.00
Género	Masculino	- - -	14	70.00
	Femenino	-	6	30.00
	Total	- - -	20	100.00
Grado de Instrucción	Sin instrucción	-	0	0.00
	Educación básica	-	0	0.00
	Superior no universitaria		4	20.00
	Superior Universitaria	- - -	16	80.00
	Total	- - -	20	100.00
Cargo	Dueño	- - -	20	100.00
	Administrador	-	0	0.00
	Total	- - -	20	100.00
Tiempo en el Cargo	0 a 3 años		5	25.00
	4 a 6 años	- -	11	55.00
	7 a más años		4	20.00
	Total	- - -	20	100.00

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo en el rubro	0 a 3 años		4	20.00
	4 a 6 años	-	8	40.00
	7 a más años		8	40.00
	Total	- - -	20	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores		3	15.00
	6 a 10 trabajadores	- -	15	75.00
	11 a más trabajadores		2	10.00
	Total	- - -	20	100.00
Vinculo Familiar	Personas Familiares		2	10.00
	Personas no Familiares	- - -	18	90.00
	Total	- - -	20	100.00
Objetivo de creación	Generar ganancias	- - -	18	90.00
	Subsistencia		2	10.00
	Total	- - -	20	100.00

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conocimiento del término gestión de calidad	Si	- -	14	70.00
	No		2	10.00
	Tengo cierto conocimiento		4	20.00
	Total	- - -	20	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking		3	15.00
	Atención al cliente	-	10	50.00
	Empowerment		1	5.00
	Las 5 s		4	20.00
	Outsourcing	-	0	0.00
	Otros		2	10.00
	Ninguno	-	0	0.00
Total	- - -	20	100.00	
Dificultad de implementar la gestión de calidad	Poca Iniciativa	-	9	45.00
	Aprendizaje Lento	-	6	30.00
	No se adapta a los cambios		2	10.00
	Desconocimiento del puesto		3	15.00
	Otros	-	0	0.00
	Total	- - -	20	100.00
Calificación de los procesos de gestión de calidad en su empresa	Buena	-	10	50.00
	Regular	-	9	45.00
	Mala		1	5.00
	Total	- - -	20	100.00
Técnicas del Rendimiento del Personal	La observación	-	8	40.00
	La evaluación	-	9	45.00
	Escala de Puntuaciones		3	15.00
	Evaluación de 360°	-	0	0.00
	Otros	-	0	0.00
	Total	- - -	20	100.00

La gestión de calidad en el rendimiento del negocio	Si	- - -	20	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	- - -	20	100.00
La gestión de calidad en el alcance de objetivos y metas	Si	- - -	18	90.00
	No		1	5.00
	A veces		1	5.00
	Total	- - -	20	100.00

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019.

La atención al cliente influye en la gestión de calidad de su empresa	Si	- - -	17	85.00
	No		0	0.00
	Tal vez		3	15.00
	Total	- - - 	20	100.00
Conocimiento del término atención al cliente	Si	- - -	17	85.00
	No		1	5.00
	Tengo cierto conocimiento		2	10
	Total	- - - 	20	100.00
Aplicación de la gestión de calidad en el servicio	Si	- - -	17	85.00
	No	-	0	0.00
	A veces		3	15.00
	Total	- - - 	20	100.00
Importancia de la atención al cliente para su retorno	Si	- - - 	19	95.00
	No		1	5.00
	Total	- - - 	20	100.00

Herramientas para un servicio de calidad	Comunicación	-	9	45.00
	Confianza		4	20.00
	Retroalimentación	-	7	35.00
	Ninguno	-		0.00
	Total	- - -	20	100
Factores que brindan servicio de calidad	Atención personalizada	-	9	45.00
	Rapidez en la entrega de los productos		4	20.00
	Las instalaciones	-	7	35.00
	Ninguna	-	0	0.00
	Total	- - -	20	100.00
Tipo de Atención	Buena	- - -	18	90.00
	Regular		2	10.00
	Mala	-	0	0.00
	Total	- - -	20	100.00
Factores ilimitantes en la atención	No tiene suficiente personal		1	05.00
	Mala Organización de los trabajadores	- -	11	55.00
	Si se brinda una buena atención	-	8	0.00
	Total	- - -	20	100.00

	Si		5	71.43
--	----	--	---	-------

La atención al cliente es fundamental para el funcionamiento de la empresa	No		2	28.57
	Total	-	7	100.00
Resultados logrados	Si	-	7	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	-	7	100.00
La atención al cliente es fundamental para el funcionamiento de la empresa	Si	-	7	100.00
	No	-	0	0.00
	Total	-	7	100.00

Anexo 7

FIGURAS

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019.

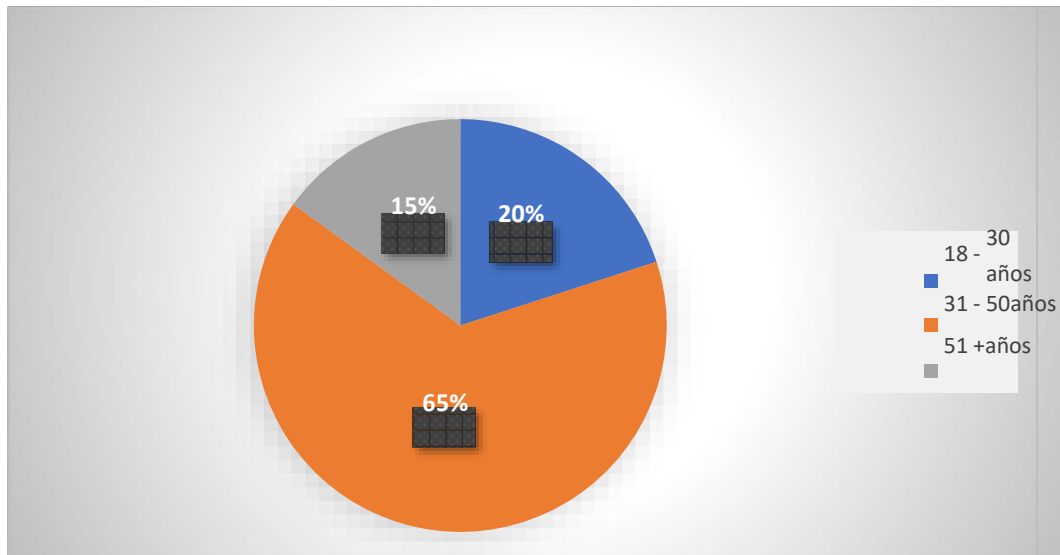


Figura1. Edad
Fuente. Tabla 1

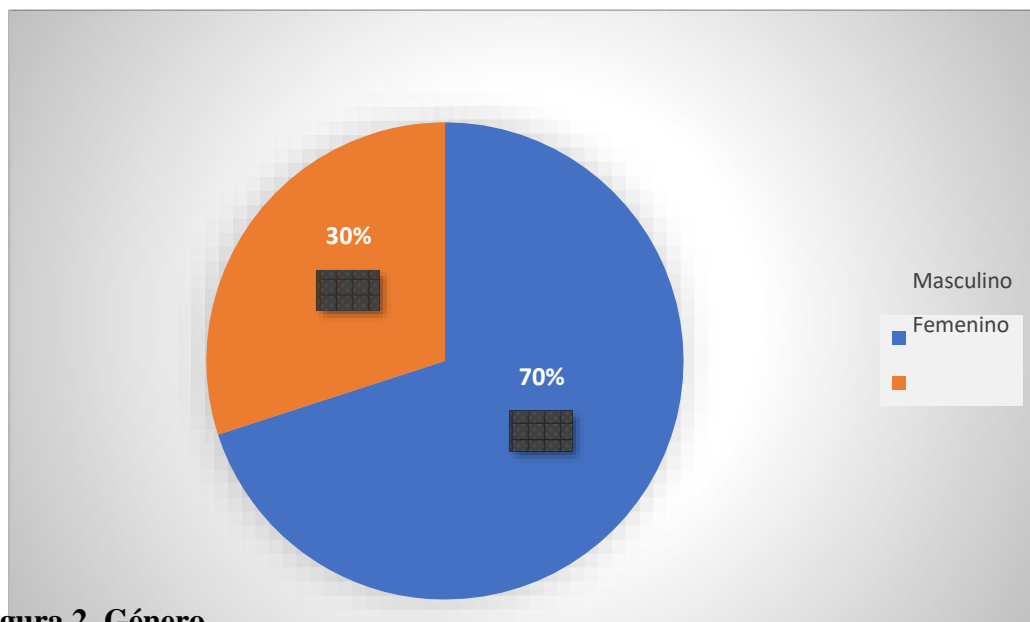


Figura 2. Género
Fuente. Tabla 1

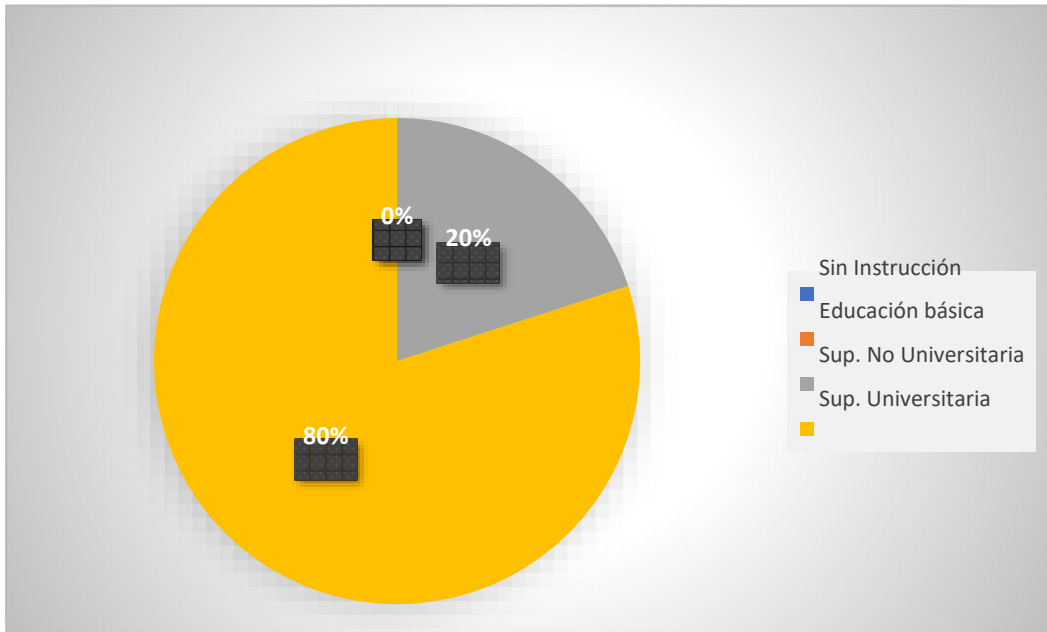


Figura 3. Grado de Instrucción
Fuente. Tabla 1

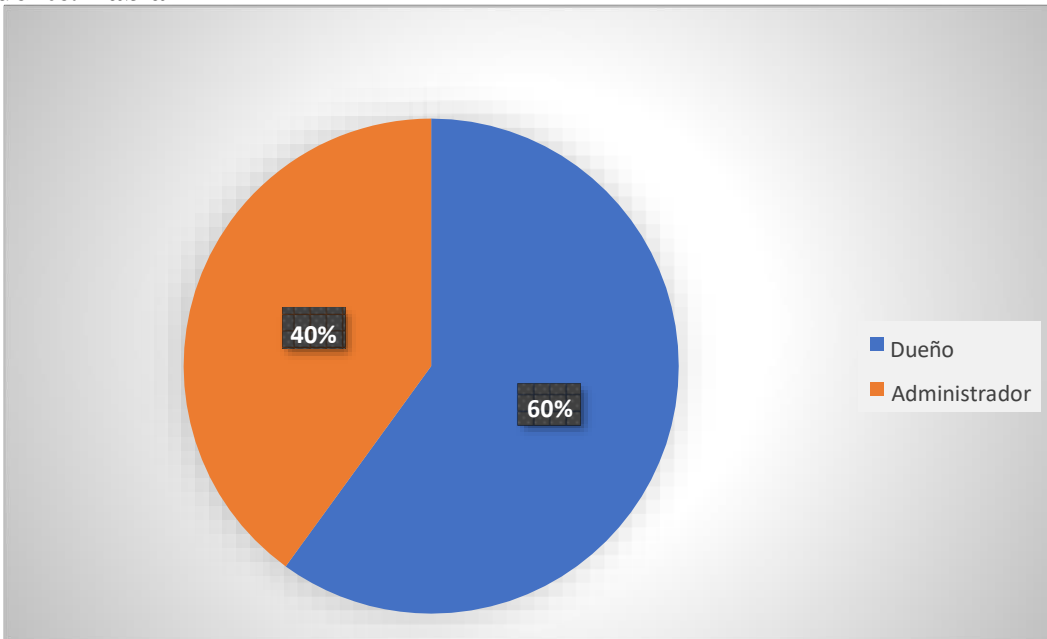


Figura 4. Cargo
Fuente Tabla 1

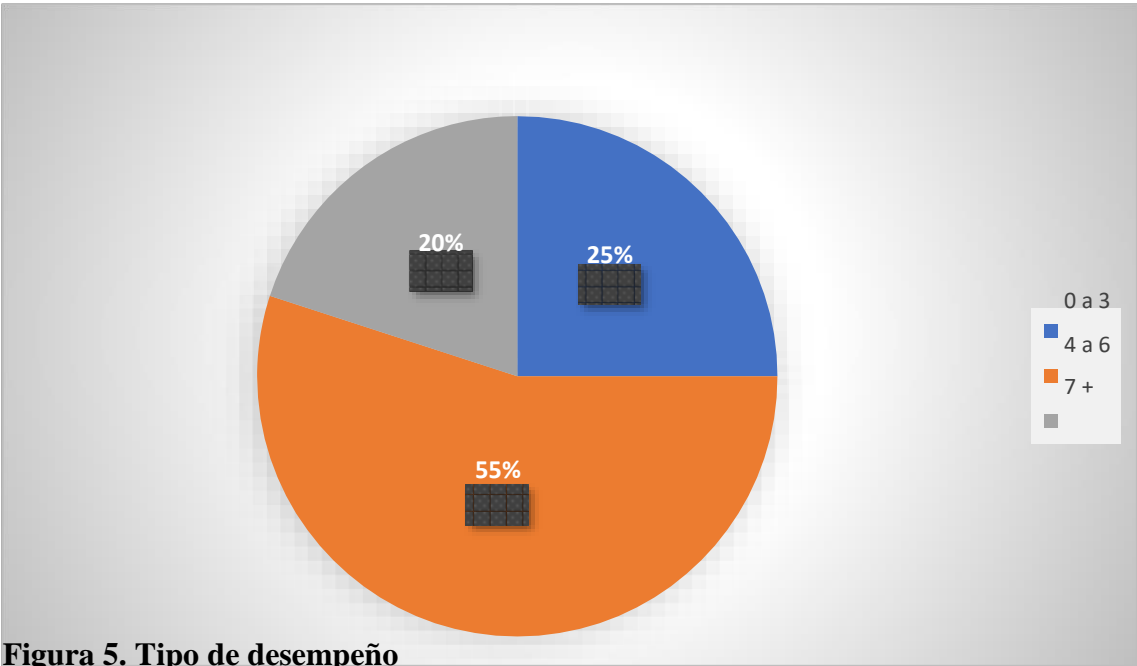


Figura 5. Tipo de desempeño
Fuente Tabla1

Características de de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de comida oriental del distrito de nuevo Chimbote, 2019

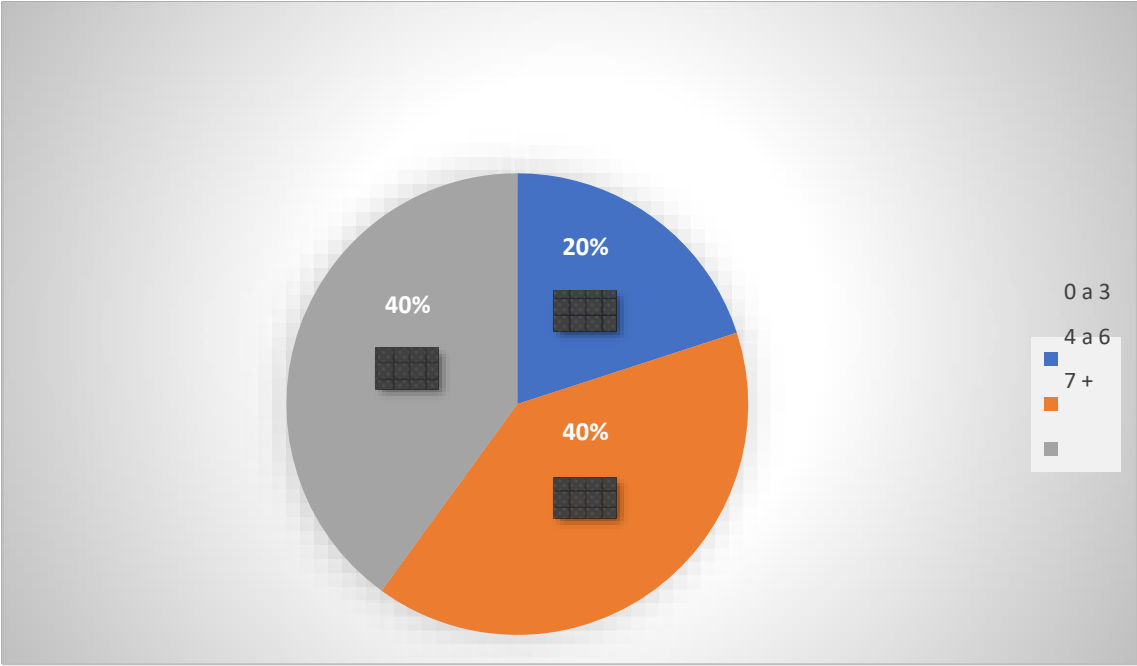


Figura 06. Tiempo de permanencia en el rubro
Fuente. Tabla 2

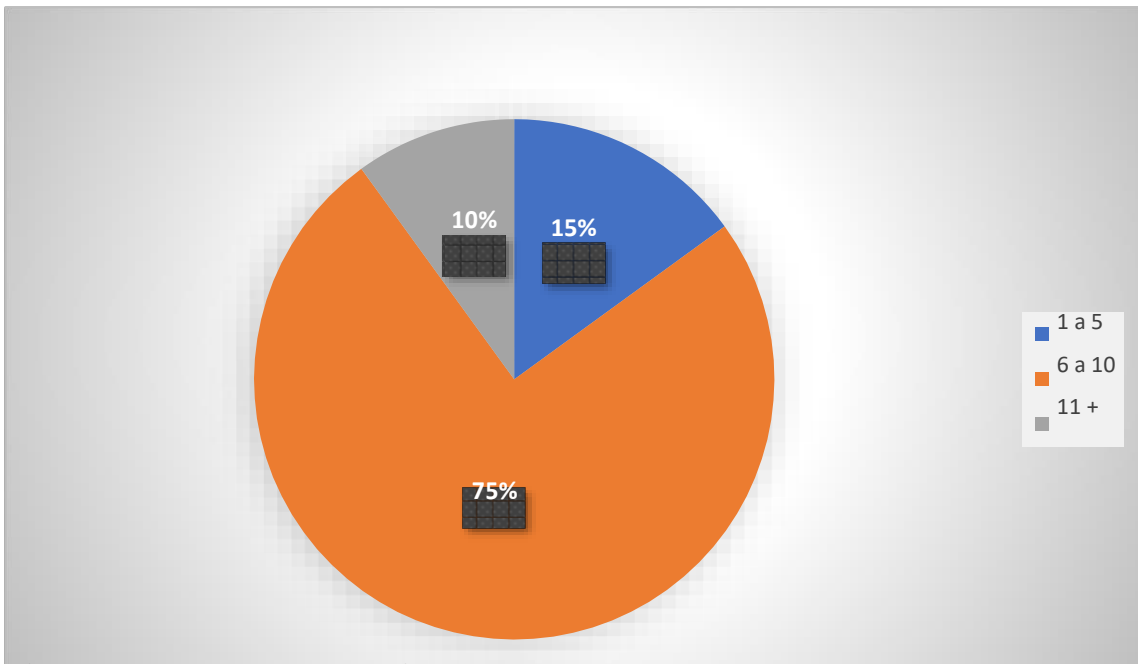


Figura 07. Numero de Trabajadores
Fuente tabla 2

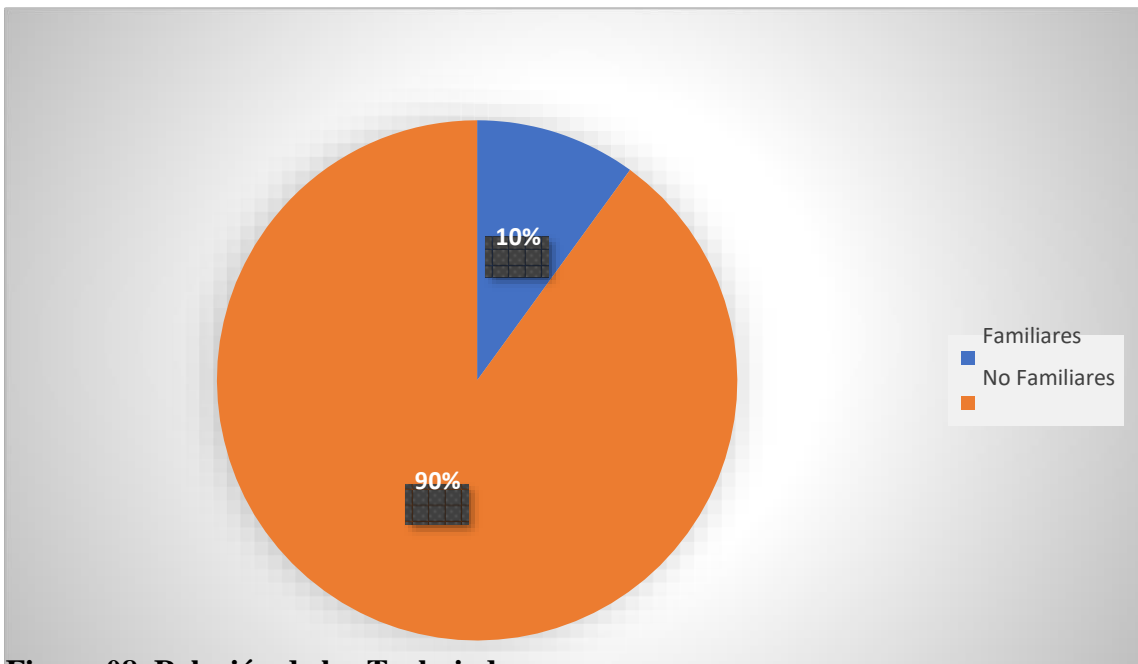


Figura 08. Relación de los Trabajadores.
Fuente. Tabla2

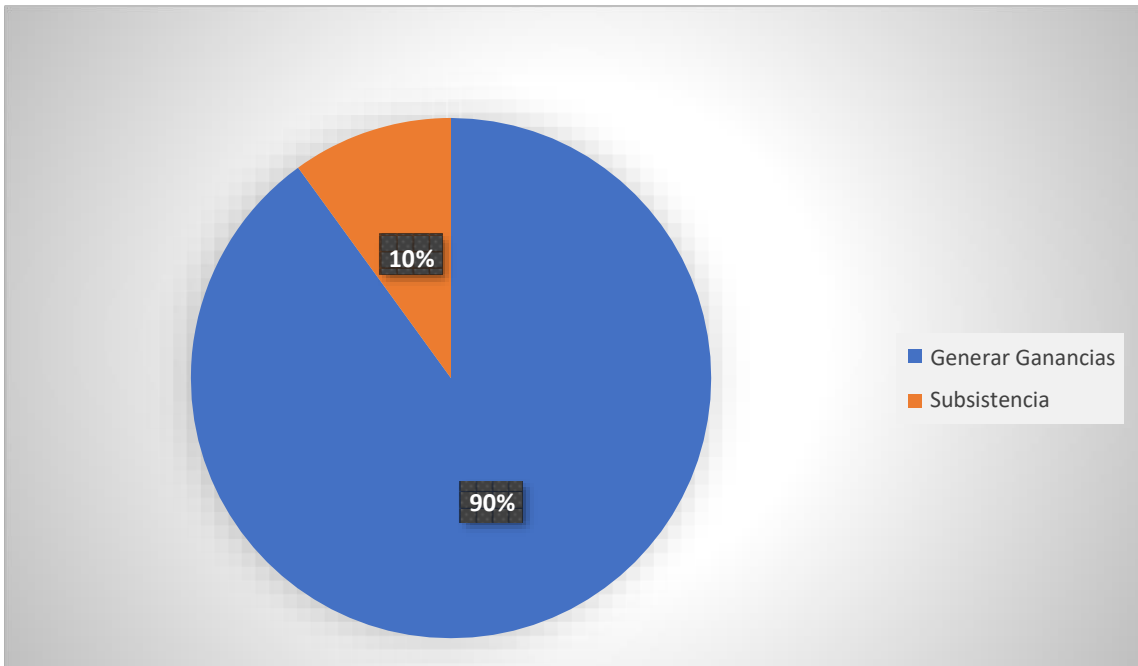


Figura 09. Objetivo de creación.

Fuente Tabla2

Características de de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurante de comida oriental del distrito de Nuevo Chimbote del 2019.

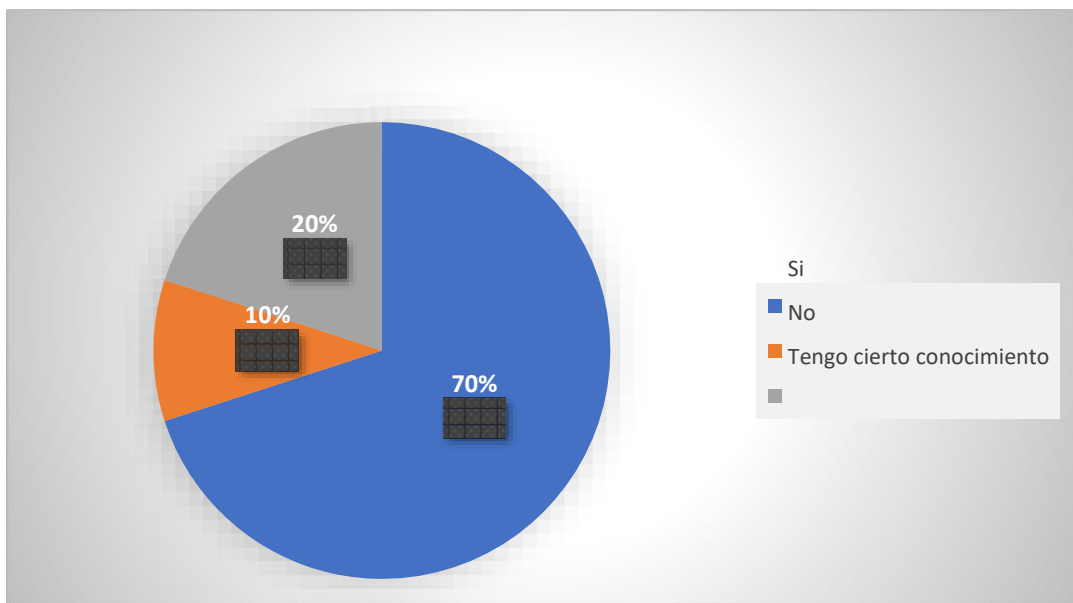


Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad
Fuente tabla 3

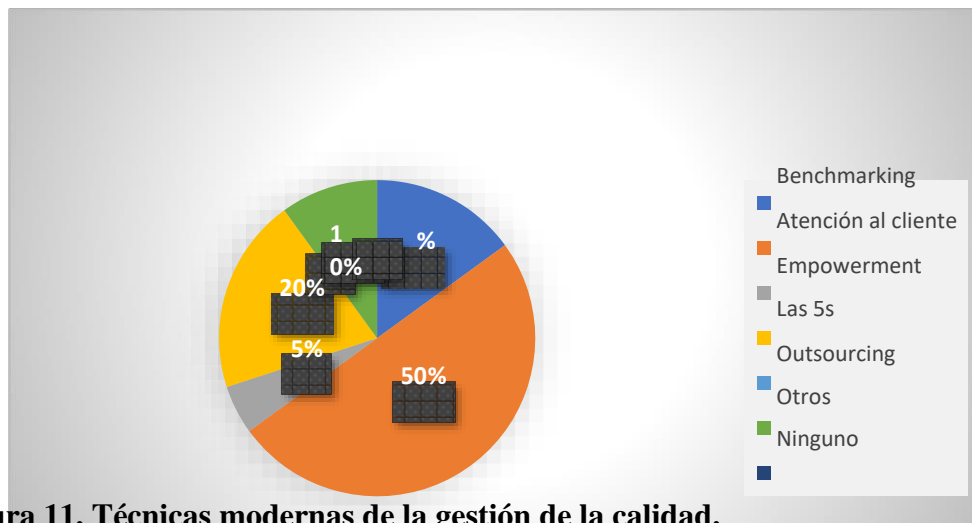


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de la calidad.
Fuente. Tabla 3

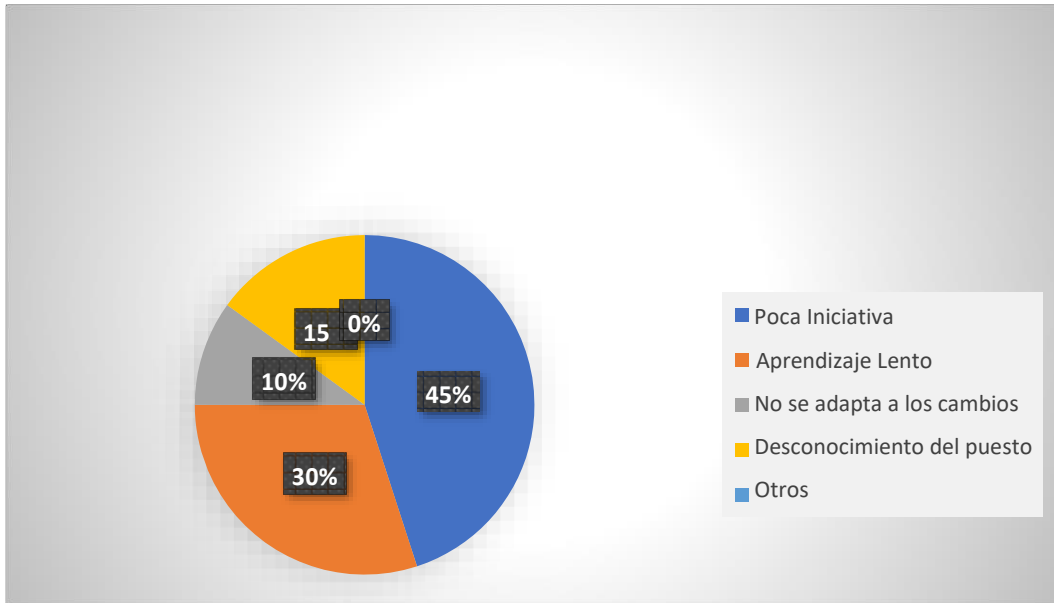


Figura 12. Implementación de gestión de calidad.
Fuente. Tabla3

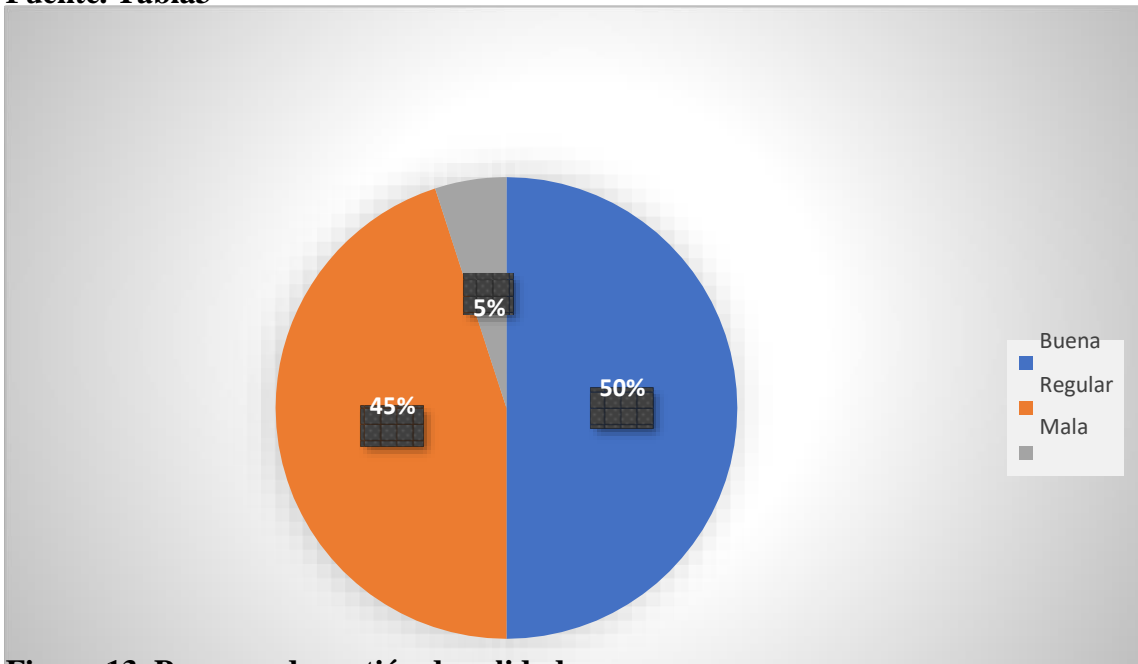


Figura 13. Procesos de gestión de calidad.
Fuente. Tabla 3

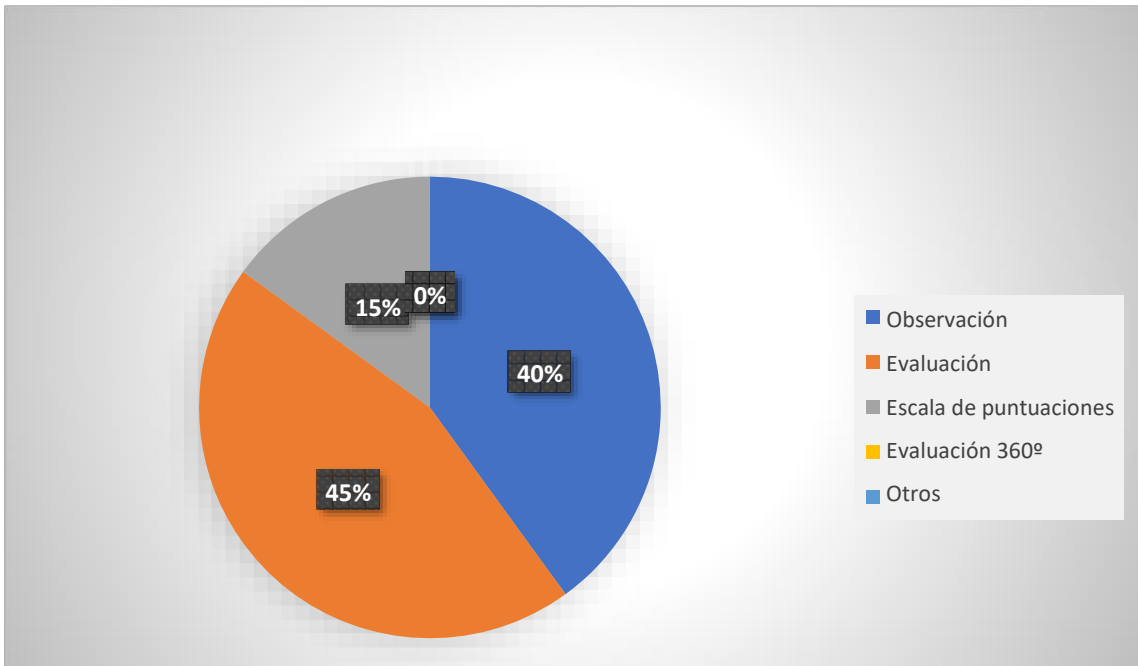


Figura 14. Técnicas para medir el rendimiento.

Fuente Tabla 3

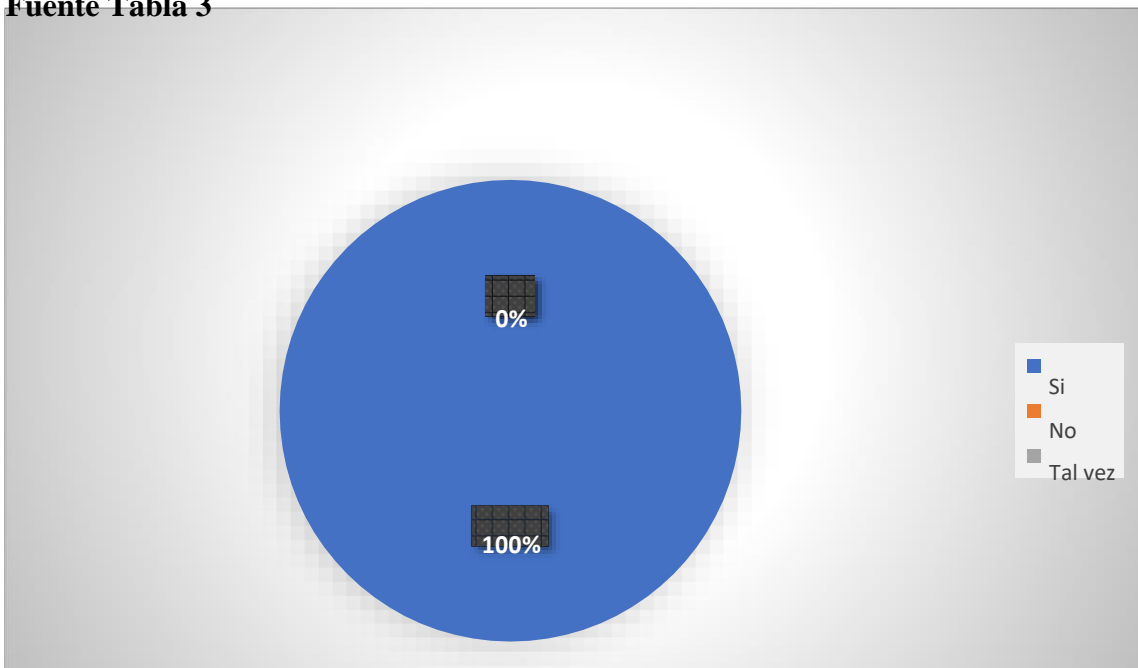


Figura 15. Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

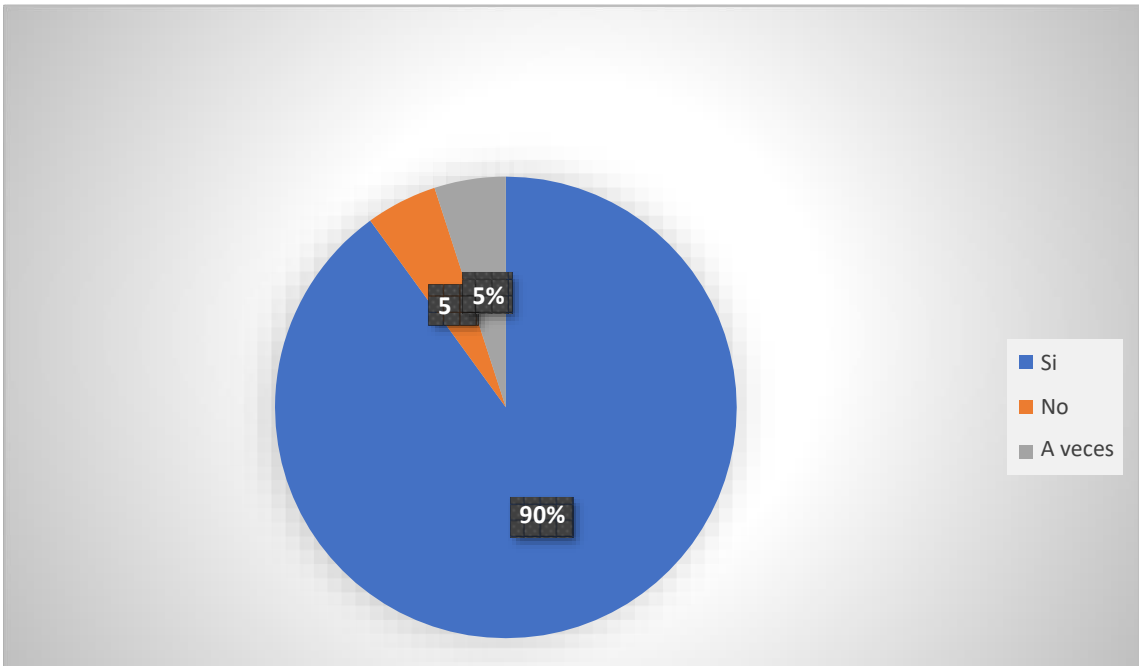


Figura 16. La gestión de calidad ayuda alcanzar obj y metas por la empresa
Fuente. Tabla 3

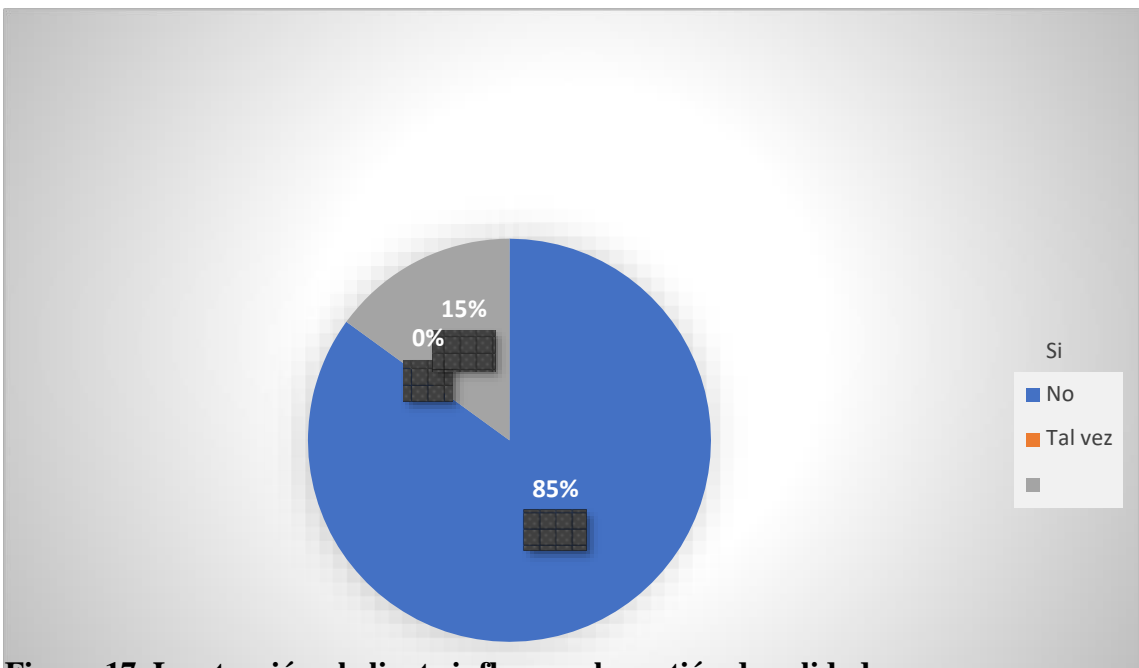


Figura 17. La atención al cliente influye en la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

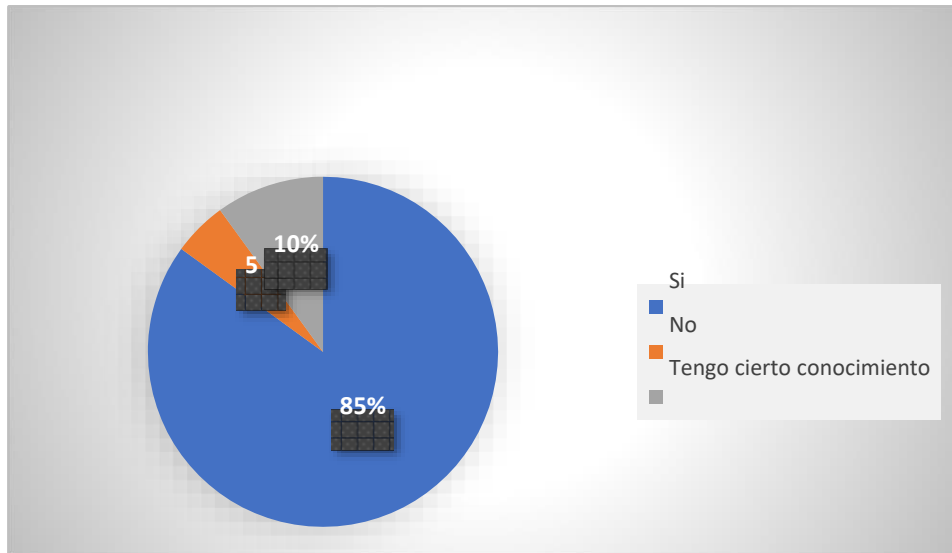


Figura 18. Conoce atención al cliente.
Fuente Tabla 3

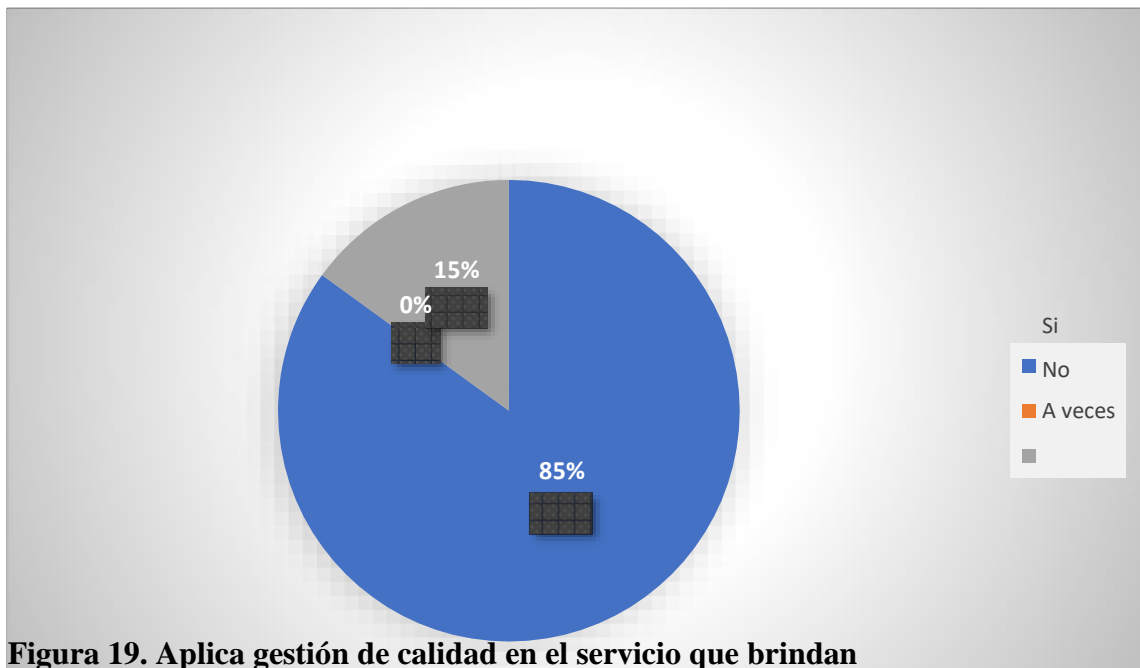


Figura 19. Aplica gestión de calidad en el servicio que brindan
Fuente: Tabla 3

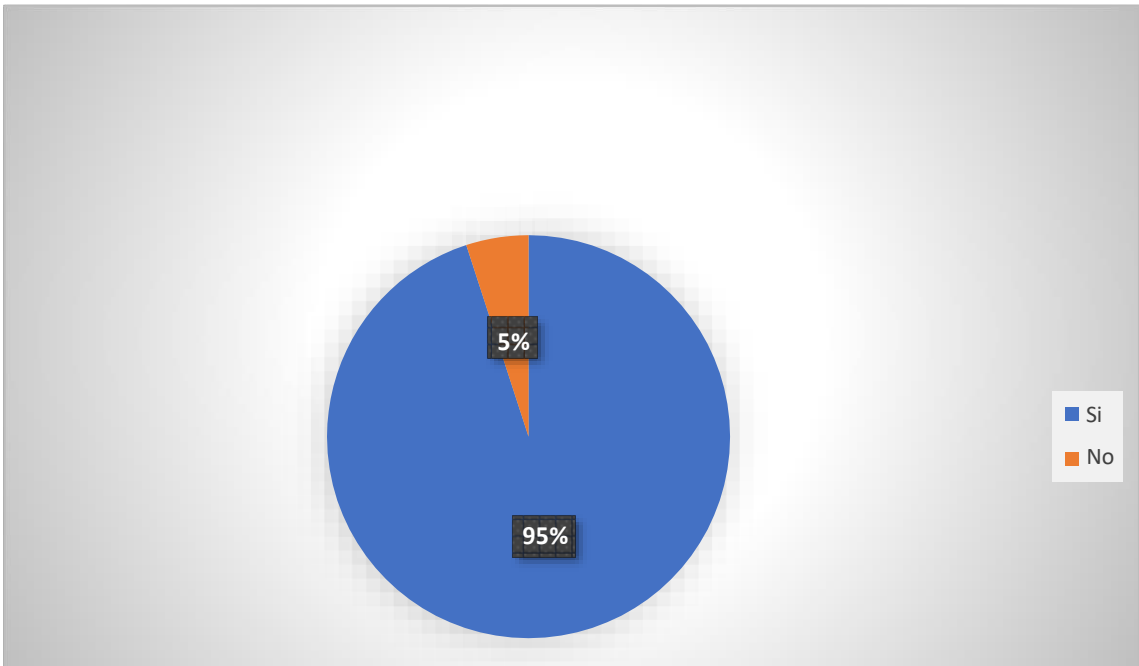


Figura 20. La atención al cliente es fundamental para que regrese al establecimiento
Fuente. Tabla 3

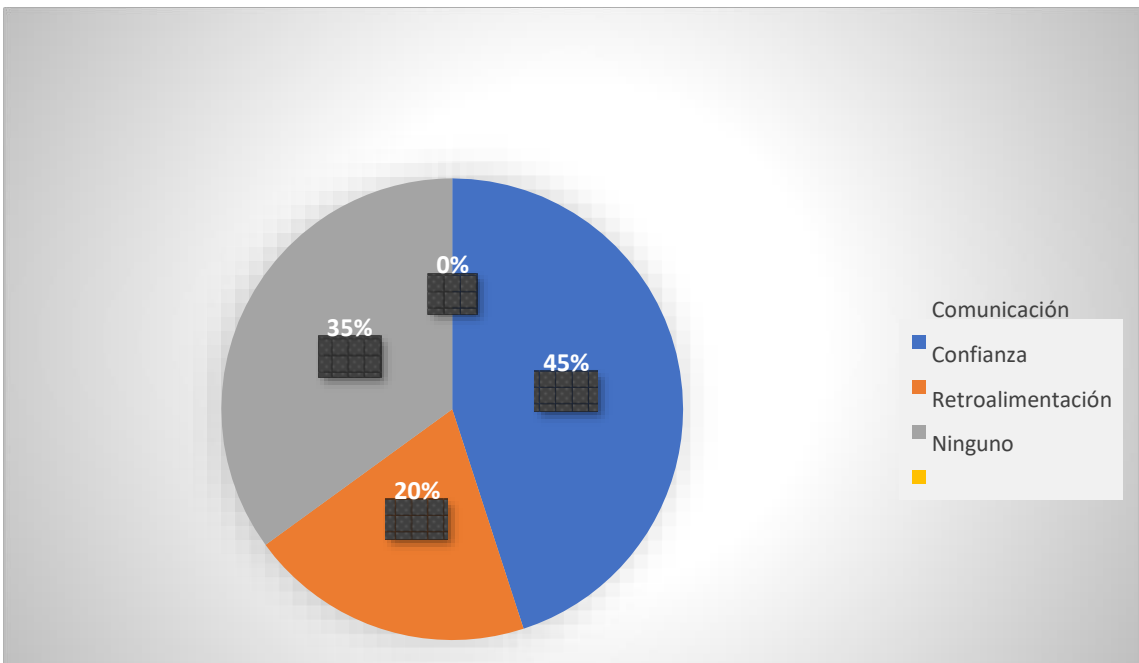


Figura21. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad
Fuente. Tabla 3

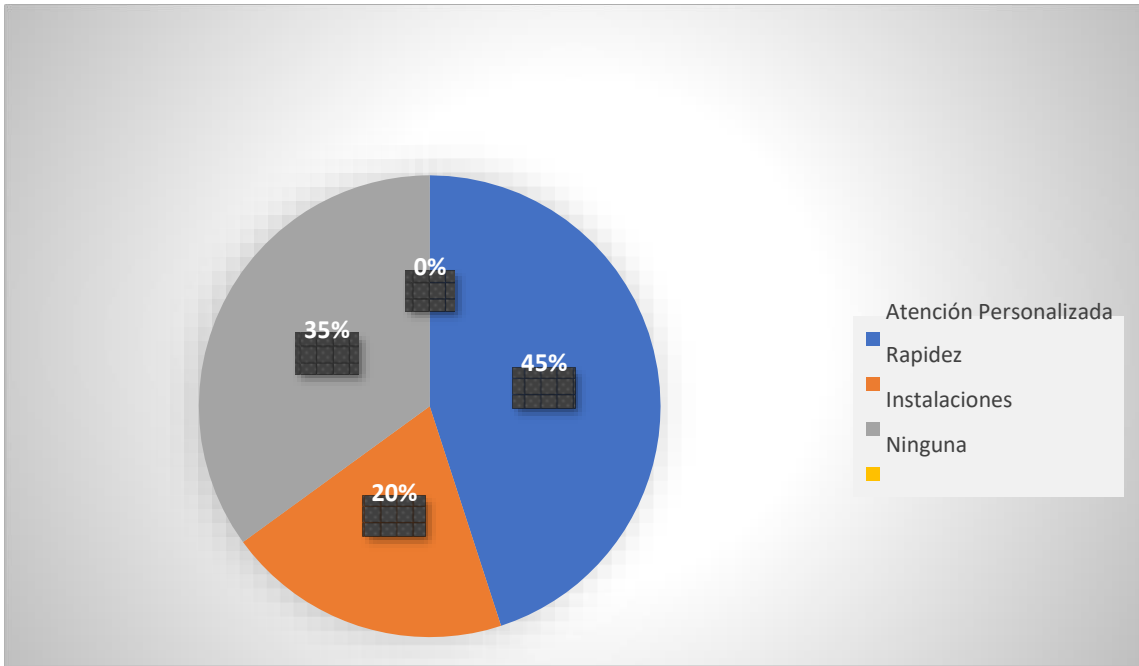


Figura 22. Principales factores para la calidad de servicio
Fuente. Tabla3

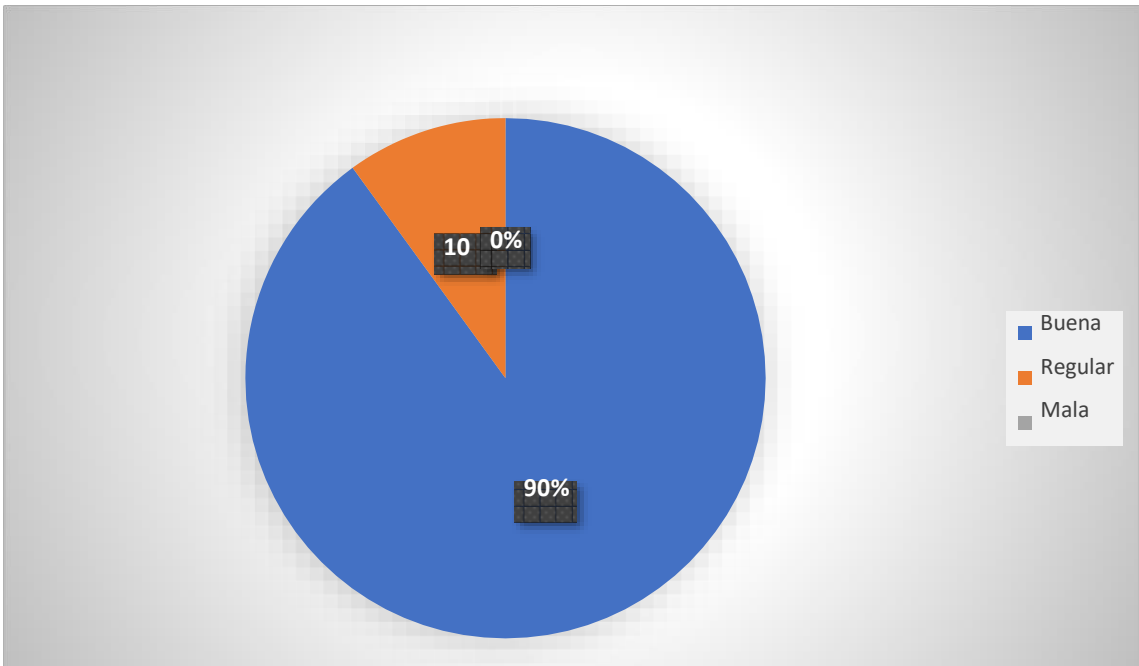


Figura 23. Atención que brinda a los clientes.
Fuente. Tabla 3

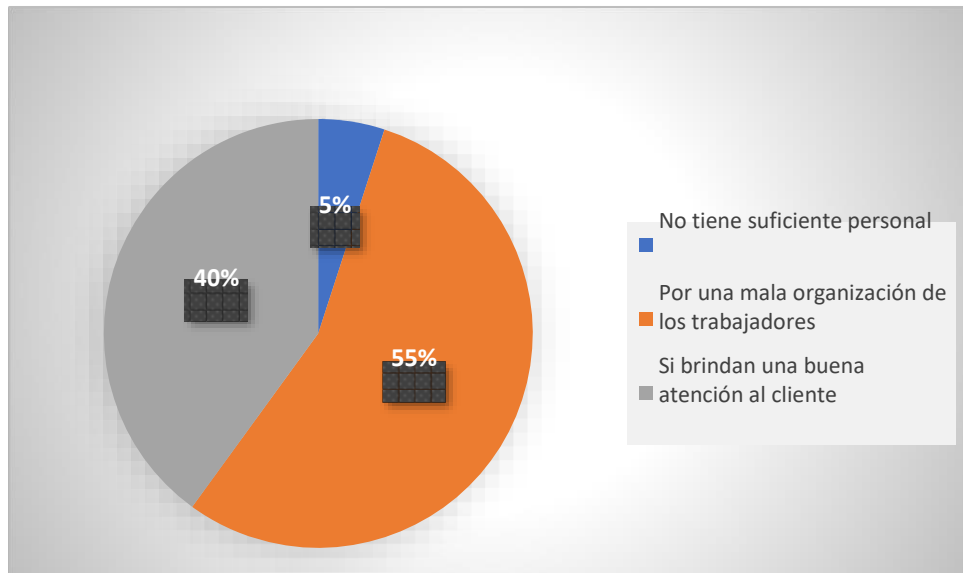


Figura 24 Considera brindar una mala atención
Fuente. Tabla 3

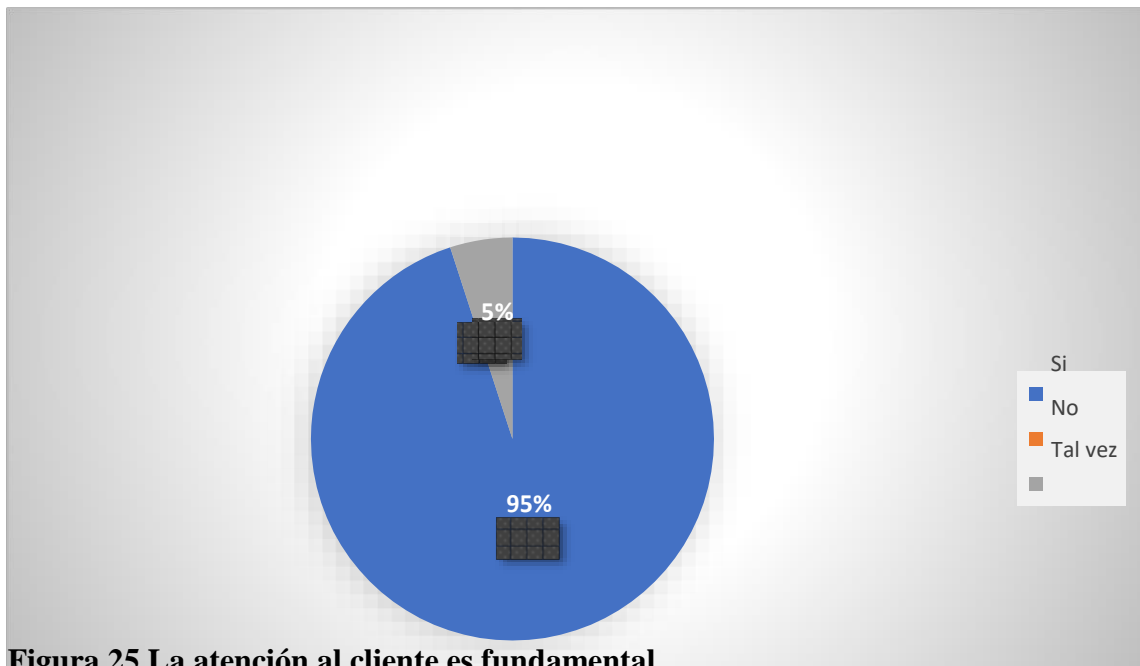


Figura 25 La atención al cliente es fundamental
Fuente Tabla 3

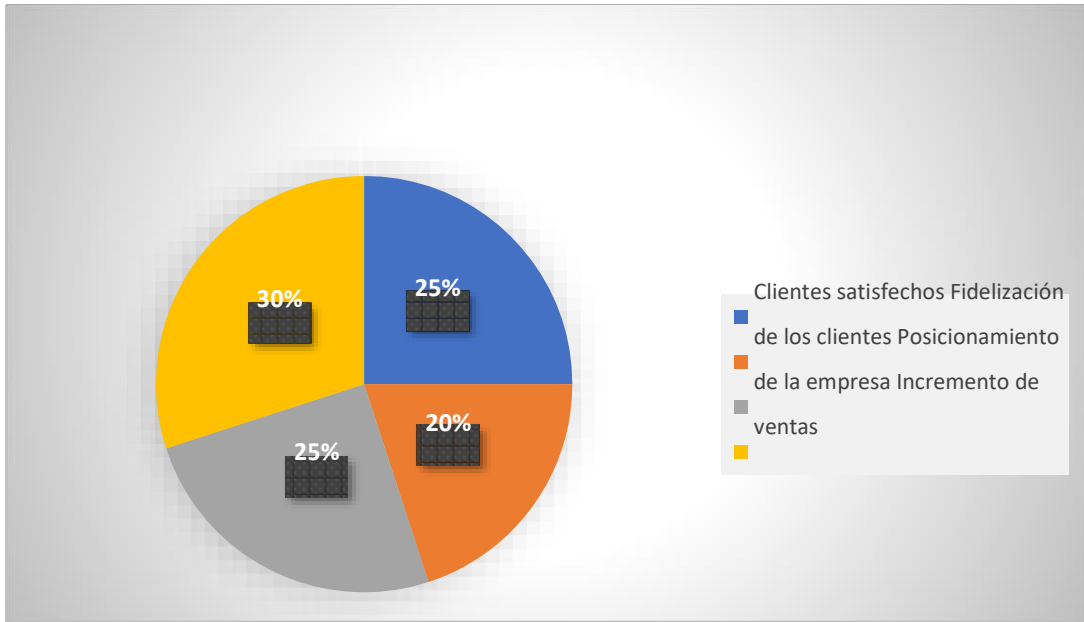


Figura 26. Resultados que logró
Tabla 3

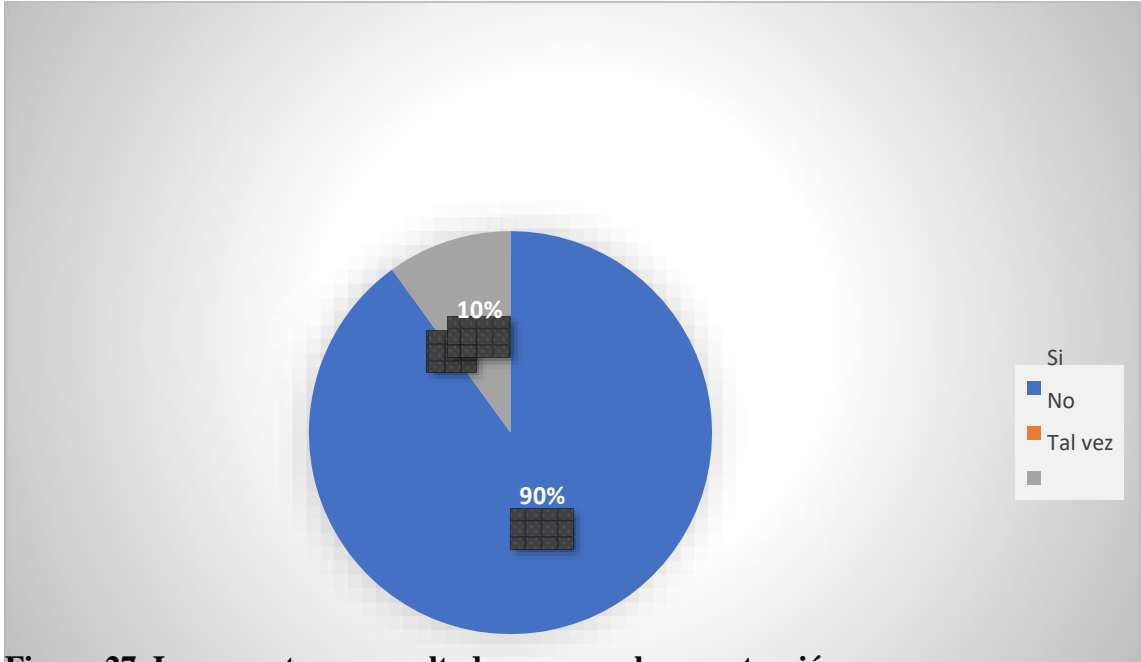


Figura 27. Incremento sus resultados por una buena atención
Fuente Tabla 3