



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE
ATENCIÓN AL CLIENTE, EN LAS MYPES DEL
SECTOR SERVICIOS, RUBRO BARES & GRILL,
DISTRITO DE SATIPO, AÑO 2017**

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

AUTORA:

B.R. SUSSANA PILAR TICSE OTAROLA

ASESOR:

MGTR. MARCO ANTONIO CAMPOS GONZÁLES

SATIPO –PERÚ

2018

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgr. Sergio O. Ortíz García

Secretario

Mgr. José Luis Meza Salinas

Miembro

Dr. Geider Grandes García

Presidente

MGTR. Marco Antonio Campos Gonzáles

Asesor

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica los Ángeles de
Chimbote.

A mis maestros, que gracias a ellos adquirimos
una gran cantidad de conocimientos, pero
también aprendemos a sobrevivir un poco más
a la sociedad, puesto que no es tan fácil todo, y
depende de cada quien la manera en que le
vaya como estudiante.

DEDICATORIA

A mi padre celestial, por permitirme disfrutar una vida llena de alegrías e iluminar el sendero por donde voy.

A mis queridos padres, por apoyarme incondicionalmente en todas las cosas que he emprendido en mi vida y por brindarme su amor infinito.

RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación ha sido determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del Sector Servicios, Bares & Grill del distrito de Satipo, año 2017. La misma que se desarrolló bajo metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal y la aplicación de un cuestionario estructurado de 16 preguntas contenidas en una encuesta, obteniéndose como resultados: Respecto al propietario: en edad, destaca que la mayoría están en el rango de 29 a 39 años (53,8%); predomina el género femenino (53.8%) y sin nivel de instrucción: “empíricos” (53.8%). Respecto a la empresa: 92,3% de las mypes encuestadas están formalizadas; el principal interés de haberse formalizado es el “acceso a crédito bancario”. La mayoría tiene presencia en el mercado de 7 a más años (38,5%) y de 1 a 4 trabajadores (76.9%). Respecto a la gestión y atención al cliente: el 61.5% no gerencia con un plan de calidad y tampoco tiene definido la misión, visión y valores de su organización. Según la investigación, el 76.9% indica que la infraestructura facilita la estancia del cliente, sin embargo, el 53.8% no capacita al personal para brindar un servicio adecuado, aunque tienen un protocolo para recibir a sus clientes (76,9%). Por otro lado, el 92.3% indican disposición para atender las sugerencias y reclamos y consideran que sus clientes valoran el servicio y genera su fidelización (84,6%). Finalmente, los propietarios encuestados manifestaron que su personal tiene actitud de servicio (69.2%).

Palabras clave: Gestión de calidad, atención al cliente, servicio, fidelización.

ABSTRACT

The main objective of the present investigation has been to determine the Quality Management under the focus of Customer Service in the mypes of the Sector Services, Bars & Grill of the district of Satipo, year 2017. The same that was developed under research methodology of the type descriptive, non-experimental, cross-sectional and the application of a structured questionnaire of 16 questions contained in a survey, obtaining as results: Regarding the owner: in age, it stands out that the majority are in the range of 29 to 39 years (53.8%); the female gender prevails (53.8%) and without the level of instruction: "empirical" (53.8%). Regarding the company: 92.3% of the surveyed mypes are formalized; The main interest of having been formalized is "access to bank credit". The majority has a presence in the market for 7 more years (38.5%) and 1 to 4 workers (76.9%). Regarding the management and customer service: 61.5% do not manage with a quality plan and have not defined the mission, vision and values of their organization. According to the research, 76.9% indicate that the infrastructure facilitates the client's stay, however, 53.8% do not train the staff to provide an adequate service, although they have a protocol to receive their clients (76.9%). On the other hand, 92.3% indicate willingness to respond to suggestions and complaints and consider that their customers value the service and generate their loyalty (84.6%). Finally, the owners surveyed stated that their staff has a service attitude (69.2%). Keywords: Quality management, customer service, service, loyalty.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-------------------------------|
| TÍTULO DE LA TESIS | i |
| FIRMA DEL JURADO Y ASESOR | ¡Error! Marcador no definido. |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| DEDICATORIA..... | iv |
| RESUMEN..... | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| ÍNDICE GENERAL | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | x |
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1 Planteamiento de la investigación | 2 |
| 1.1.1 Caracterización del Problema | 2 |
| 1.1.2 Enunciado del Problema..... | 2 |
| 1.2 Objetivo de la investigación | 3 |
| 1.2.1 Objetivo General | 3 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos..... | 3 |
| 1.3 Justificación de la investigación | 3 |
| CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA | 5 |
| 2.1 Antecedentes de la investigación | 5 |
| 2.1.1 Antecedentes nacionales | 5 |
| 2.1.2 Antecedentes Internacionales..... | 6 |
| 2.2 Bases Teóricas de la Investigación | 7 |
| 2.2.1 Calidad | 7 |
| 2.2.2 Sistema de Gestión de Calidad..... | 8 |
| 2.2.3 Calidad en el Servicio..... | 9 |
| 2.3 Marco conceptual | 11 |
| 2.3.1 Clasificación de Restaurantes por Categorías | 11 |
| 2.3.2 Micro y pequeñas empresas | 12 |
| 2.3.3 Definición de servicios..... | 16 |
| 2.3.4 Términos de Gestión y Calidad..... | 17 |
| CAPÍTULO III. HIPÓTESIS..... | 19 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1 Hipótesis General | 19 |
| 3.2 Hipótesis Específicas | 19 |
| CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN | 20 |
| 4.1 Diseño de investigación | 20 |
| 4.1.1 Tipo de investigación | 21 |
| 4.1.2 Nivel de investigación | 21 |
| 4.2 Universo o Población..... | 21 |
| 4.2.1 Población | 21 |
| 4.2.2 Muestra | 22 |
| 4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores | 23 |
| 4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos | 24 |
| 4.4.1 Técnicas | 24 |
| 4.4.2 Instrumentos | 24 |
| 4.5 Plan de análisis de datos | 24 |
| 4.6 Matriz de Consistencia | 25 |
| 4.7 Principios Éticos. | 27 |
| CAPÍTULO V RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN” | 28 |
| 5.1 Resultados | 28 |
| A: DATOS GENERALES | 28 |
| B: DE LA ADMINISTRACIÓN | 31 |
| C: DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE | 36 |
| 5.2 Análisis de Resultados | 44 |
| A. DATOS GENERALES | 44 |
| B. DATOS DE LA EMPRESA | 45 |
| C. DE LA GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE | 45 |
| CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 48 |
| 6.1 Conclusiones de la investigación | 48 |
| 6.2 Recomendaciones | 49 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 50 |
| ANEXOS | 53 |
| 1. Presupuesto | 53 |
| 2. Cronograma de Actividades | 54 |
| 3. Encuesta | 55 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1: Definición y operacionalización de variables e indicadores..... | 23 |
| Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación..... | 25 |
| Tabla 3: Edad del propietario de la empresa..... | 28 |
| Tabla 4: Sexo del propietario..... | 29 |
| Tabla 5: Grado de instrucción del propietario | 30 |
| Tabla 6: ¿Su empresa esta formalizada? | 31 |
| Tabla 7: ¿Qué beneficios identifica de la formalización? | 32 |
| Tabla 8: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?..... | 33 |
| Tabla 9: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?..... | 34 |
| Tabla 10: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?..... | 35 |
| Tabla 11: ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa? | 36 |
| Tabla 12: ¿Su empresa tiene definido un plan de calidad? | 37 |
| Tabla 13: ¿Las instalaciones y organización, facilitan la estancia del cliente?..... | 38 |
| Tabla 14: ¿Capacita al personal para brindar un buen servicio? | 39 |
| Tabla 15: ¿Se ha diseñado un protocolo de atención al cliente? | 40 |
| Tabla 16: ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente? | 41 |
| Tabla 17: ¿Los clientes valoran el servicio y genera fidelización? | 42 |
| Tabla 18: ¿Su personal tiene actitud de servicio?..... | 43 |
| Tabla 19: Presupuesto General..... | 53 |
| Tabla 20: Cronograma | 54 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1: Sistema de Gestión de Calidad | 8 |
| Figura 2: Criterios para evaluar los servicios..... | 17 |
| Figura 3: Edad del propietario de la empresa..... | 28 |
| Figura 4: Sexo del propietario..... | 29 |
| Figura 5: Grado de instrucción del propietario.... | 30 |
| Figura 6: ¿Su empresa esta formalizada?..... | 31 |
| Figura 7: ¿Qué beneficios identifica de la formalización?..... | 32 |
| Figura 8: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado? | 33 |
| Figura 9: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa? | 34 |
| Figura 10: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla? | 35 |
| Figura 11: ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?..... | 36 |
| Figura 12: ¿Su empresa tiene definido un plan de calidad?..... | 37 |
| Figura 13: ¿Las instalaciones y organización, facilitan la estancia del cliente? | 38 |
| Figura 14: ¿Capacita al personal para brindar un buen servicio?..... | 39 |
| Figura 15: ¿Se ha diseñado un protocolo de atención al cliente?..... | 40 |
| Figura 16: ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente?..... | 41 |
| Figura 17: ¿Los clientes valoran el servicio y genera fidelización?..... | 42 |
| Figura 18: ¿Su personal tiene actitud de servicio? | 43 |

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Toda iniciativa empresarial que se plasma efectivamente en el mercado, se espera que crezca y alcance su desarrollo pleno. Involucra a todas, desde las mypes hasta la gran empresa en donde se vierta la visión y capital de uno o grupo de empresarios y resulte exitosa. El propietario o microempresario debe tener la convicción de que con calidad si se hace.

Hoy la calidad, debe estar integrada en todos los actos empresariales, es el camino para conducir de manera sostenible la gestión, sumando buenas prácticas que nos permitan alcanzar los objetivos e integrando los recursos humanos disponibles y sobre todo motivando y generando una cultura de calidad, papel que debe inspirar del mismo propietario.

Bajo este marco, nos interesa atender el tema de enfoque en atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill del distrito de Satipo, que son negocios con los que tenemos contacto en ocasiones para ocio o disfrutar eventos sociales de fin de semana y nos satisfacen con alimentos como por ejemplo las parrillas, pero que esperamos se integren a la filosofía de la mejora continua y también tengan la oportunidad de crecer y mejorar sobre todo la calidad en atención al cliente, donde ciertamente hay mucho trabajo por hacer.

1.1 Planteamiento de la investigación

1.1.1 Caracterización del Problema

Los restaurantes son negocios que tienen características muy distintivas y que también debido a su variedad, las autoridades han considerado categorizarlas para limitar su especialidad y promover la mejora de sus servicios.

En el distrito de Satipo, contamos con restaurantes de hasta tres tenedores, sin embargo, nuestra investigación sobre la gestión de calidad con enfoque en atención al cliente, serán los Bares & Grill, que son un tipo especial de restaurantes y bar, que también son conocidos para esparcimiento, pero que la calidad también debería estar presente y sobre todo brindando un buen servicio de atención.

Pero existe desconocimiento en sus propietarios de gestión bajo buenas prácticas o técnicas en gerencia y al parecer tampoco promueven una cultura de buen servicio que contribuiría positivamente en la imagen del negocio y beneficio de posicionarse consistentemente en el mercado.

1.1.2 Enunciado del Problema

Es por ello, que se hace la siguiente pregunta de investigación, la cual permite determinar el siguiente enunciado. ¿Cuál es la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill año 2017?

1.2 Objetivo de la investigación

1.2.1 Objetivo General

Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill año 2017.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Bares & Grill en el distrito de Satipo, año 2017.
- Determinar si las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill del distrito de Satipo, año 2017 se encuentran formalizadas.
- Determinar si las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill, del distrito de Satipo, muestra interés por contar con un plan de calidad en la gestión del negocio.

1.3 Justificación de la investigación

Se justifica bajo los principios de conveniencia, porque servirá para enfatizar la importancia de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes.

Con respecto a la relevancia social, permitirá generar conciencia a los microempresarios y colaboradores sobre la importancia del valor social de trabajar en equipo, pues mejora la productividad y rentabilidad en beneficio de las familias y población.

Con respecto a las implicancias prácticas, contribuirá a introducir el concepto de atención al cliente; también como referencia para futuros investigadores que busquen profundizar más en el tema de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.

CAPÍTULO II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes nacionales

Alva, P.; Pacco A.; Pacheco, F. (2015), en la tesis para optar el título profesional de magister denominado “Plan de Negocio para la creación de un Piano Bar Lounge en Lima Metropolitana”, desarrollada con el objetivo de evaluar la viabilidad de establecer un piano bar-lounge en el distrito de San Isidro, donde además de servir entradas, platos fuertes, postres o piqueos, acompañados por gran variedad de bebidas, tener un factor diferenciador especial como es un pianista profesional.

Luego de la exposición del plan operativo se llegó a la conclusión que el proyecto es viable en términos financieros, obteniendo un EBITDA positivo y una Tasa Interna de Retorno del 31.52% y recomendar realizar la contratación profesional, para ocupar las posiciones que se plasmaron en la estructura organizacional. Implica establecer un proceso imparcial de reclutamiento, selección y contratación, verificando las referencias de los candidatos y sus competencias. Asimismo, controlar la calidad de los alimentos y bebidas que se sirvan, para que los clientes recomienden el sitio a sus amigos y conocidos. Además de que con esto se propicia que regresen.

Kanashiro J. (2011). En su tesis denominada “Modelo de implementación de restaurante sushi bar en distritos emergentes de Lima Metropolitana”, se desarrolló de un modelo de negocio que contiene todos los aspectos necesarios para la implementación de un Restaurante Sushi Bar. En conclusiones y recomendaciones se explicó que la propuesta gastronómica (carta) del Restaurante Sushi Bar siempre debe

ser práctica, nueva e innovadora. Para lograr ello, se debe tener en cuenta al cliente, buscando una sinergia para descubrir nuevos gustos, necesidades, ideas, etc. Al cliente se le debe dar a probar nuevos platos. Asimismo, la continua capacitación al personal que labora en el restaurante es un aspecto que no se debe dejar de lado para lograr un estándar de excelencia de servicio que genere la completa satisfacción de los clientes. Es de criticidad alta, que los cocineros del restaurante estén siempre informados de las últimas tendencias nacionales e internacionales del rubro gastronómico.

2.1.2 Antecedentes Internacionales

Peñaloza, D. (2007), en su tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración denominado “Plan de Negocios para la creación de un Restaurante Bar Temático de Fútbol en Bogotá” el objetivo es analizar los diferentes factores que rodean el entorno del negocio de los alimentos en nuestro país mediante la investigación de los mismos, y así afirmar la necesidad de hacer una empresa. Un restaurante bar temático que logre reunir tanto a los aficionados al deporte como a las personas que les guste la buena comida, el buen servicio, un buen ambiente. Como conclusión se pudo observar la tendencia de las personas en cuanto a sus gustos a la hora de escoger un restaurante, también se descubrió que las personas cada vez más prefieren comer en lugares donde exista un ambiente acorde con su personalidad, su edad y su estatus social. La comodidad, el precio y la decoración son factores que pesan en las decisiones teniendo en cuenta que la idea de este negocio, también es que la gente de altos estratos sociales frecuente el restaurante bar “El 10”.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

2.2.1 Calidad

Consultando varias fuentes, encontramos innumerables conceptos de Calidad pero como toda estrategia de las ciencias administrativas, nace de su práctica militar, así la industria del ejército de Estados Unidos durante la segunda guerra mundial ya aplicaba conceptos como: control de la calidad, prevención de defectos, control estadístico de proceso, ingeniería de confiabilidad, análisis de costo de la calidad, cero defectos, entre otros tantos, que hasta ahora siguen novedosos. El impacto, fue producir grandes cantidades de instrumentos y artículos militares a bajo costo.

Interesante también resulta la experiencia de calidad en Japón; donde la participación de E. Deming (EE.UU.), implanta la filosofía de su maestro Schewart en Japón, logrando que los productos japoneses se introduzcan a los mercados internacionales, alcanzando niveles insospechados en sus exportaciones.

Entre las estrategias utilizadas por los japoneses están:

- Compromiso de la alta dirección para llevar a cabo los cambios necesarios.
- Implementación de las técnicas en todos los niveles y funciones de la empresa.
- Mejora continua de la calidad.
- Introducción de los círculos de calidad.

En Estados Unidos, también para poder garantizar la calidad a los clientes surgen asociaciones como ISO (*International Organization for Standardization*) como una manera de hacer que la calidad se tornara objetivamente verificable.

Para complementar la idea de calidad, la tarea de las organizaciones es enfocarse en el cliente, entre sus metas deben aparecer:

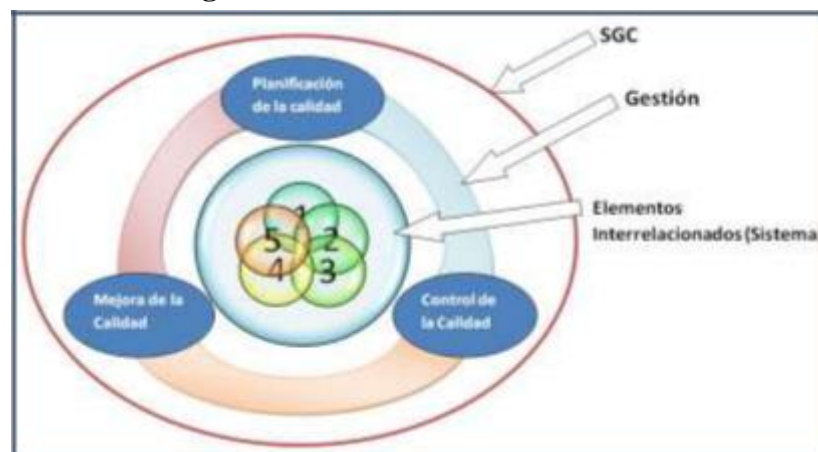
- Cumplir las expectativas del cliente y despertar en él nuevas necesidades.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Eliminar o reducir al máximo los defectos que se producen a lo largo del proceso de producción.
- Satisfacción del cliente, interno y externo.

Entonces, hoy la calidad representa un proceso “de mejora continua en el cual todas las áreas y niveles de la empresa se encuentran involucrados en la búsqueda de la satisfacción de las necesidades del cliente o incluso anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios.

2.2.2 Sistema de Gestión de Calidad

Es una serie de actividades coordinadas sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios y para dar cumplimiento a los requisitos del cliente y logro de la satisfacción del mismo.

Figura 1: Sistema de Gestión de Calidad



Fuente: <http://qualitytrends.squalitas.com/>

Elementos de un Sistema de Gestión de la Calidad

- 1.** Estructura Organizacional
- 2.** Planificación (Estrategia)
- 3.** Recursos
- 4.** Procesos
- 5.** Procedimientos

2.2.3 Calidad en el Servicio

Este concepto se resume en las percepciones de calidad que están basados en las necesidades individuales, experiencias pasadas, recomendaciones y comunicaciones. Estas percepciones resultan de la comparación de las expectativas de los consumidores con el desempeño actual del servicio; además no se evalúa solamente el resultado sino todo el proceso que estuvo involucrado en la entrega misma del servicio. Entonces, calidad en el servicio queda en un concepto subjetivo ya que cada consumidor tiene una percepción diferente de acuerdo a su experiencia y a sus expectativas.

De acuerdo con Parasuraman (1985) y otros investigadores la calidad percibida del servicio es un juicio que engloba varias cosas, ellos afirman que dicha percepción es el resultado de la comparación de expectativas con opiniones sobre el desempeño, y que la calidad en el servicio se relaciona con la satisfacción pero no es equivalente.

La calidad que una empresa brinda a sus clientes puede medirse de acuerdo a los lineamientos establecidos internamente o incluso puede cumplir con estándares internacionales. Por ejemplo: Una empresa certificada bajo la norma ISO 9001 garantizan a sus clientes que ha implementado un sistema para asegurar que cualquier

producto o servicio que ofrezca cumplirá con normas internacionales de calidad. Sin embargo, dichos controles no garantizan que los clientes perciban un determinado nivel de calidad en el servicio y éste nivel no se puede verificar hasta que el servicio ha sido brindado al cliente.

Para el cliente, evaluar la calidad en el servicio significa:

- El tiempo de esperar a ser atendido.
- Disponibilidad en horarios convenientes.
- Tiempo que toma resolver un asunto o problema.
- Acceso al servicio mediante múltiples canales.
- Información que brinda la empresa.

Enfoque en el cliente

Es el primer principio en el que se basa el Sistema de Gestión de Calidad: El enfoque principal de la gestión de calidad es satisfacer la necesidad de los clientes y esforzarse en exceder sus expectativas.

- Asegurar que las necesidades y expectativas de los clientes sean determinadas y convertidas en requerimientos específicos.”

- Una vez que la información sobre las necesidades y expectativas del cliente hayan sido recolectadas y analizadas, deben ser convertidas en requerimientos específicos.”

- Se deben poseer datos que demuestren la ejecución de la investigación para determinar las necesidades y expectativas de los clientes.”

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Clasificación de Restaurantes por Categorías

Los restaurantes se han clasificado en diferentes formas: la clasificación por categorías sugiere cinco grupos: de lujo, de primera clase, comercial, de rango medio y económico o limitado.

1. Restaurantes de Lujo (cinco tenedores)

Reúnen varias características:

- Valet parking
- Sala de espera
- Aire acondicionado o calefacción
- Bar

2. Restaurantes de Primera Clase (cuatro tenedores)

Es conocido como el restaurante full service. Se caracteriza por tener una carta o menú que presenta de 5 a 7 diferentes tiempos de servicios, así como una variedad limitada de bebidas alcohólicas.

Reúnen varias características:

- Entrada para los clientes, independiente de la del personal”
- Sala de Espera
- Guardarropa

3. Restaurantes de Segunda Clase (tres tenedores)

Es conocido como el restaurante turístico. Se caracteriza por tener un ingreso para clientes independiente, pero es el mismo utilizado por el personal al cierre de jornada. Su carta es limitada.

4. Restaurantes de Tercera Clase (dos tenedores)

Es un restaurante más sencillo. Carta limitada. Personal de servicio, adecuadamente uniformado.

5. Restaurantes de Cuarta Clase (un tenedor)

Es un restaurante más económico. Carta limitada, con pocos platos. Servilletas de papel. Aceptable decoración.

2.3.2 Micro y pequeñas empresas

Se define como mype a la unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Microempresa: Mype

- Desde 1 trabajador hasta 10 trabajadores.
- Con ventas anuales hasta un máximo de 150 UIT (480,000.00 nuevos soles).

Pequeña Empresa: Pyme

- Desde 1 trabajador hasta 20 trabajadores.
- Ventas anuales a partir de 150 UIT hasta 850 UIT (2'720,000.00 nuevos soles). (mintra.gob.pe)

Bases Legales

Las Mypes estas sustentadas en la Ley N° 28015 (2003), Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa; ley que considera la integración del empleo sostenible al régimen tributario.

La ley hace mención de que pueden tener cualquier tipo de constitución, pueden ser personas naturales o jurídicas; la ley busca el impulso de inversión y empleo sostenible, haciendo participes a los gobiernos locales y regionales en el apoyo al desarrollo económico. (Ley N° 28015, 2003).

Formalización de Mypes

En la ley N° 28015 podemos encontrar además referencias acerca de la promoción, financiamiento y formalización de las Mypes, aclarando así, algunas interrogantes.

Instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad

Art. 15° Instrumentos de promoción

Los instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad de las MYPE y de los nuevos emprendimientos con capacidad innovadora son:

- Los mecanismos de acceso a los servicios de desarrollo empresarial y aquellos que promueven el desarrollo de los mercados de servicios.
- Los mecanismos de acceso a los servicios financieros y aquellos que promueven el desarrollo de dichos servicios.
- Los mecanismos que faciliten y promueven el acceso a los mercados, y a la información y estadísticas referidas a la MYPE.
- Los mecanismos que faciliten y promueven la inversión en investigación, desarrollo e innovación tecnológica, así como la creación de la MYPE innovadora.

Acceso al financiamiento

Art. 28° Acceso al Financiamiento

El Estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados.

El Estado promueve el fortalecimiento de las instituciones de microfinanzas supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros. Asimismo, facilita el acercamiento entre las entidades que no se encuentran reguladas y que puedan proveer servicios financieros a las MYPE y la entidad reguladora, a fin de propender a su incorporación al sistema financiero.

Art. 29° Participación de COFIDE

El Estado, a través de la Corporación Financiera de Desarrollo COFIDE, promueve y articula integralmente el financiamiento, diversificando, descentralizándose incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y de capitales en beneficio de las MYPE.

Los intermediarios financieros que utilizan fondos que entrega COFIDE, para el financiamiento de las MYPE, son los considerados en la Ley N° 26702 – Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros y sus modificatorias, y utilizan la metodología, los nuevos productos financieros estandarizados y nuevas tecnologías de intermediación a favor de las MYPE, diseñadas o aprobadas por COFIDE.

COFIDE procura canalizar prioritariamente sus recursos financieros o aquellas MYPE que producen o utilizan productos elaborados o transformados en el territorio nacional.

Instrumentos de formalización para el desarrollo y la competitividad

Art. 36° Acceso a la Formalización

El Estado fomenta la formalización de las MYPE a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior.

Art. 37° Simplificación de trámites y régimen de ventanilla única

Las MYPE que se constituyan como persona jurídica lo realizan mediante escritura pública sin exigir la presentación de la minuta, conforme a lo establecido en el inciso i) del artículo 1° de la Ley N° 26965. El CODEMYPE para la formalización de las MYPE promueve la reducción de los costos registrales y notariales ante la SUNARP y Colegio de Notarios.

Regímenes Tributarios

La página de SUNAT indica que el régimen de MYPE puede ser de cualquier constitución empresarial que obtengan rentas de 3era categoría como:

- Personas naturales
- Personas jurídicas
- Sucesiones indivisas
- Sociedades conyugales

Las mypes están acogidas al régimen tributario del impuesto a la renta, y con la disposición de un límite de ingresos anuales de hasta 1700 UIT (varía según el monto de la Unidad Impositiva Tributaria).

2.3.3 Definición de servicios

Según Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008) los servicios son acciones, procesos y rendimientos. Un servicio es una actividad o serie de actividades con alguna, pero no necesariamente, naturaleza intangible. Se desarrolla en la interacción entre clientes y trabajadores en servicios y/o recursos tangibles o bienes, y/o sistemas de proveedores de servicios, los cuales proveen soluciones a las necesidades de los clientes. El autor menciona que otras definiciones incluye toda actividad económica cuyo resultado no es un producto tangible o construcción, es generalmente consumido en el momento que es producido, y provee valor agregado en las formas de (comodidad, atracción, ser oportuno, alivio, salud) que son esencialmente preocupaciones intangibles al momento de realizar una compra. Finalmente, para el autor un servicio es una experiencia intangible temporal realizada para un cliente, actuando en rol de coproductor.

Asimismo, Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008) indican que los gestores de servicios tienen dificultades describiendo sus productos, esto se debe, en parte, a la naturaleza intangible de los servicios, pero es la presencia en el proceso de los clientes lo que crea una preocupación en la experiencia total del servicio. Por ejemplo, en un restaurante el ambiente debe ser tan bueno como la comida. En este sentido el paquete de servicios se define como conjunto de bienes y servicios con la información que se proporciona en algún ambiente. Este paquete consta de las siguientes cinco características, que se observan en la Figura 2.

Figura 2: Criterios para evaluar los servicios

| | |
|-----------------------------|--|
| Información | Precisión Oportuno Utilidad |
| Infraestructura | Ubicación y Accesibilidad Decoración del interior (muebles cómodos) Equipamiento Distribución de las instalaciones (flujo de tránsito, esperas, retornos.) |
| Bienes Facilitadores | Consistencia Cantidad Variedad |
| Servicios Implícitos | Actitud de Servicio (modales, simpatía) Espera Prestigio Sensación de bienestar Comodidad Privacidad y seguridad Atmósfera (Orden, buena decoración) |
| Servicios Explícitos | Capacitación del personal de servicio Exhaustividad Consistencia Disponibilidad |

Fuente: Fitzsimmons & Fitzsimmons

2.3.4 Términos de Gestión y Calidad

- Servicio al Cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. **(Kotler, 2003).**

- Calidad de Servicio

Son las características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto o servicio; es por eso que hay que

entender el servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal, ya consista en un producto o en un servicio. **(Ruiz, 2001)**.

Calidad de servicio es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal. **(Larrea , 1991)**.

- **Mejora continua de los Servicios**

Mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable. **(Harrington, 1993)**.

Define el Mejoramiento Continuo como una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto a otras. **(Fadi, 1994)**.

CAPÍTULO III. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis General

Los microempresarios que dirigen las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill del distrito de Satipo, desconocen de gerencia de calidad y también tienen poco interés en elevar de manera sostenible el nivel de atención a sus clientes.

3.2 Hipótesis Específicas

- Las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill del distrito de Satipo, no cuentan con protocolo de atención al cliente.
- Los propietarios de las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill del distrito de Satipo, consideran lejana la posibilidad de adoptar un sistema de gestión de calidad, porque no lo consideran imprescindible para su negocio.

CAPÍTULO IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño de investigación

El diseño metodológico de una investigación está formado por un diseño básico y dentro de él por un conjunto de procedimientos y técnicas específicas consideradas como adecuadas para la recolección y análisis de la información requerida por los objetivos del estudio. Por lo tanto, las características de una investigación dependen del propósito que se pretende alcanzar y estas son determinantes para el nivel de complejidad de la investigación y el tipo de estudio que se intenta desarrollar. (Galan, 2009).

El diseño de esta investigación fue no experimental – es correlacional-descriptivo.



Dónde:

M = Muestra conformada por las Mypes a encuestar.

O = Observación de las variables: Gestión bajo enfoque de atención al cliente.

4.1.1 Tipo de investigación

Es del tipo cuantitativa, porque para la recolección de datos y presentación de los resultados se utilizó procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

4.1.2 Nivel de investigación

Nivel Descriptivo. Se busca comprender, describir, registrar, analizar e y interpretar la naturaleza actual composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

- **No experimental**

La investigación es no experimental. Se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se muestran dentro de su contexto.

- **Descriptivo**

Carácter descriptivo. Sólo se describieron las partes más relevantes de las variables en estudio.

- **Transversal**

La investigación se realizó en un tiempo único.

4.2 Universo o Población

4.2.1 Población

Según Wilks (1962):

"Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones".

La población en estudio está conformada por las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill del distrito de Satipo. Para conocer el tamaño de la población, se realizaron consultas a los registros de la Municipalidad Distrital de Satipo.

4.2.2 Muestra

Según la información obtenida, la población la constituyen 13 negocios de Bar & Grill. Como se trata de una cantidad pequeña, por conveniencia se tomará a toda la población como muestra de la investigación.

4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1: Definición y operacionalización de variables e indicadores

| VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIÓN | DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|-----------------------|---|----------------------------------|--|--------------------|
| Gestión de Calidad | Es el estilo de conducción de una organización bajo un enfoque de mejora continua y cumpliendo los requerimientos del cliente con eficiencia y eficacia | Plan de Calidad | - Cuenta con Plan de Calidad | Nominal |
| | | Procesos Estandarizados | - Identificó y Estandarizó sus procesos. | Nominal |
| | | Misión, Visión, Valores | - Exhibe su misión, visión y valores. | Nominal |
| Enfoque en el cliente | Es destinar el plan de acciones en identificar, organizar, satisfacer y evaluar los atributos que valora el cliente. | Nivel de Servicio | - Tiene Plan de Servicio - Capacita a su personal - Cuenta con protocolo de atención al cliente. | Nominal |
| | | Atención a quejas y sugerencias. | - Calidad de Servicio - Tiempo de atención | Nominal |

Fuente: Elaboración Sussana Ticse

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

4.4.1 Técnicas

Como técnicas, se utilizó la observación y la entrevista para la obtención de los datos necesarios a la investigación.

4.4.2 Instrumentos

Para la recolección de datos, se elaboró un cuestionario estructurado los que conformaron una encuesta.

4.5 Plan de análisis de datos

Los datos de la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo y se tabularon mediante el programa IBM SPSS STATISTICS versión 22.

4.6 Matriz de Consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación

| PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLES | HIPÓTESIS GENERAL | METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN |
|--|--|---|--|---|
| <p>¿Existe poca voluntad e interés por los propietarios y su personal para atender a sus clientes con un nivel adecuado de servicio de las mypes del sector servicios,</p> | <p>Objetivo general. Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill, año 2017.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Bares & Grill. • Determinar si las mypes del | <p>Variable Independiente</p> <p>Gestión de calidad.</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Atención al cliente</p> | <p>HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>Los microempresarios que dirigen las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill del distrito de Satipo, desconocen de gerencia de calidad y también tienen poco interés en elevar de manera sostenible el nivel de atención a sus clientes.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill del distrito de Satipo, no cuentan con protocolo de atención al cliente. | <p>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>TIPO. Cuantitativo.</p> <p>NIVEL: El nivel de la investigación es no experimental, descriptivo, correlacional.</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>Población: Para conocer el tamaño de la población, se realizó gestiones de consulta en la municipalidad del distrito de Satipo.</p> |

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>rubro Bares & Grill, del distrito de Satipo, año 2017?</p> | <p>sector servicios, rubro Bares & Grill, se encuentran formalizadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar si las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio. | <ul style="list-style-type: none"> • Los propietarios de las mypes del sector servicios, rubro Bares & Grill del distrito de Satipo, consideran lejana la posibilidad de adoptar un sistema de gestión de calidad, porque no lo consideran imprescindible para su negocio. | <p>Muestra: Son 13 negocios de Bar & Grill y se tomó a toda la población, como muestra de la investigación:</p> $n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$ <p>INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado.</p> |
|---|--|---|---|

Fuente: Elaboración Sussana Ticse.

4.7 Principios Éticos.

Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, los mismos que nos ayudaron para realizar de manera plena con los objetivos señalados por los sectores comerciales y servicios:

- Equidad,
- Respeto por las personas
- Justicia.

Siendo estos principios acordes con nuestra tradición cultural y particularmente relevantes para la ética de la investigación con personas.

CAPÍTULO V RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

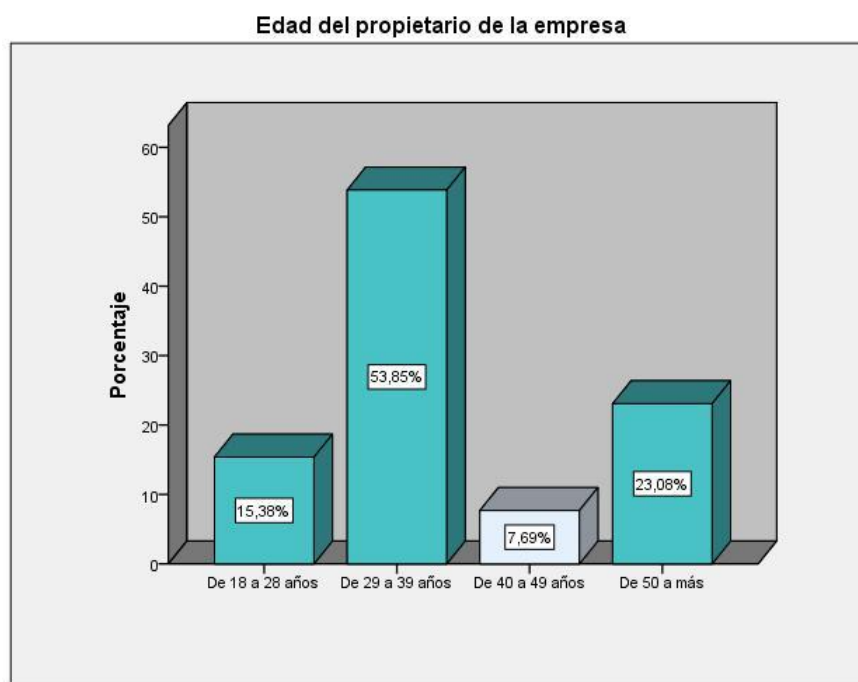
A: DATOS GENERALES

TABLA 3

| Edad del propietario de la empresa | | | | |
|------------------------------------|-----------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | De 18 a 28 años | 2 | 15,4 | 15,4 |
| | De 29 a 39 años | 7 | 53,8 | 69,2 |
| | De 40 a 49 años | 1 | 7,7 | 76,9 |
| | De 50 a más | 3 | 23,1 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 3



Elaborado por Sussana Ticse

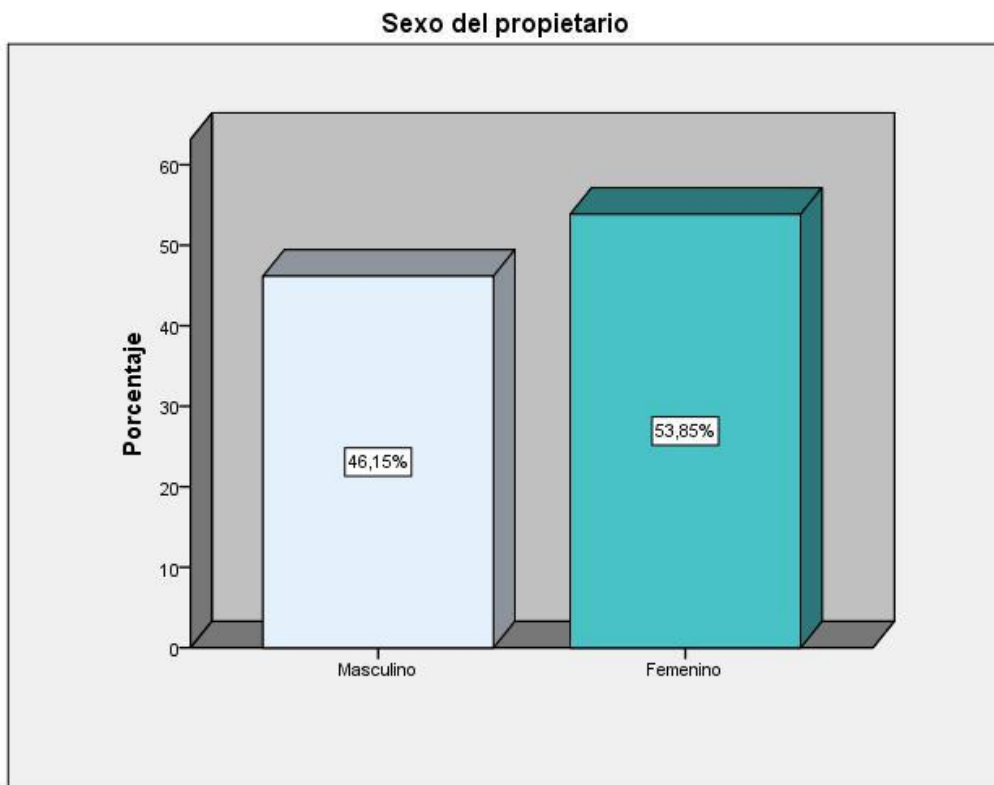
INTERPRETACIÓN: Los empresarios de este rubro se caracterizan, porque en su mayoría están en el rango de “29 a 39 años de edad” con 53,8%. De “50 años de edad a más” con 23,0%. Este resultado refleja la juventud de los emprendedores.

TABLA 4

| | | Sexo del propietario | | | |
|--------|-----------|----------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Masculino | 6 | 46,2 | 46,2 | 46,2 |
| | Femenino | 7 | 53,8 | 53,8 | 100,0 |
| Total | | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta

FIGURA 4



Elaborado por Sussana Ticse

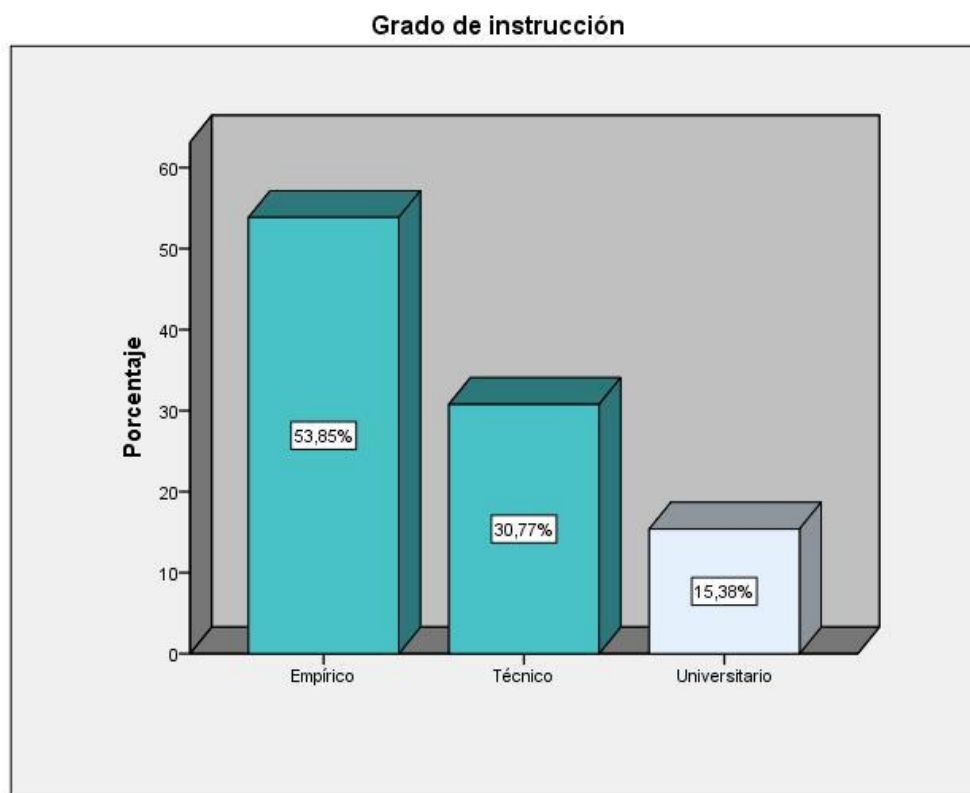
INTERPRETACIÓN: Los resultados de la investigación sorprenden a que el 53,8% de los emprendedores son de sexo femenino. El sexo masculino constituye 46,2%.

TABLA 5

| | | Grado de instrucción | | | |
|--------|---------------|----------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Empírico | 7 | 53,8 | 53,8 | 53,8 |
| | Técnico | 4 | 30,8 | 30,8 | 84,6 |
| | Universitario | 2 | 15,4 | 15,4 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 5



Elaborado por Sussana Ticse

INTERPRETACIÓN: El 53.8% de los emprendedores de las mypes en estudio son empíricos; los técnicos representan el 30.8% y con grado universitario 15.4%.

B: DE LA ADMINISTRACIÓN

TABLA 6

| | | ¿Su empresa está formalizada? | | | |
|--------|---------------------|-------------------------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Si | 12 | 92,3 | 92,3 | 92,3 |
| | Trámites pendientes | 1 | 7,7 | 7,7 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 6



Elaborado por Sussana Ticse

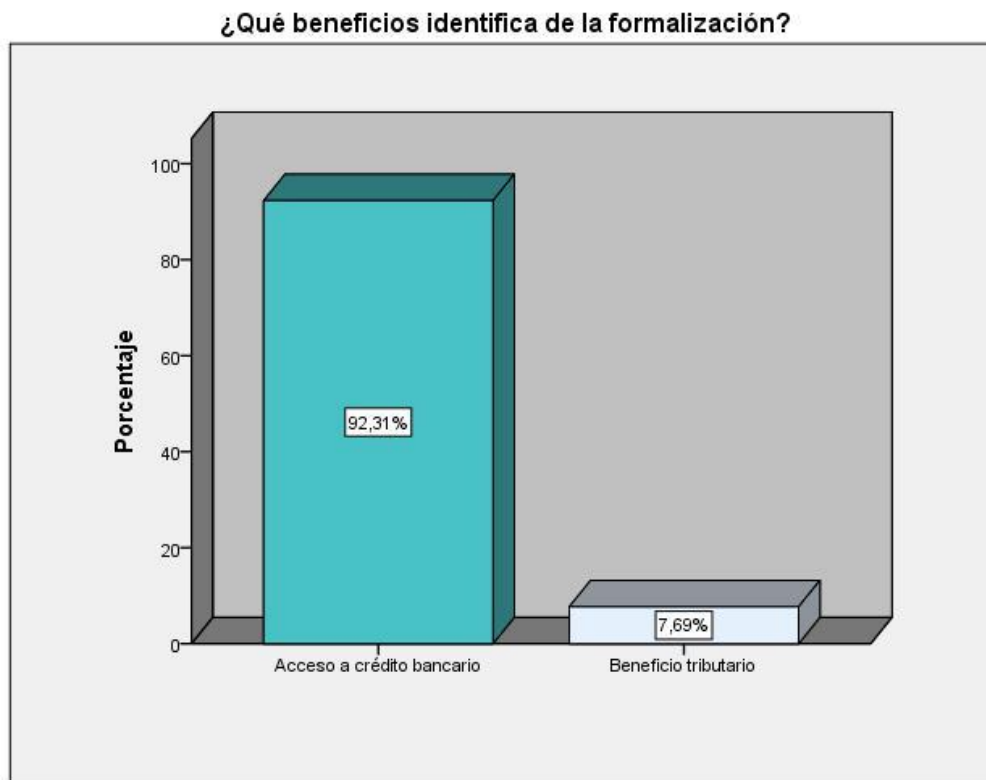
INTERPRETACIÓN: Del total del análisis de la investigación destaca el 92,3% que “Si” están formalizados, mientras que un 7,7% está con algunos trámites pendientes, descuidando el aspecto laboral y municipal.

TABLA 7

| ¿Qué beneficios identifica de la formalización? | | | | | |
|---|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Acceso a crédito bancario | 12 | 92,3 | 92,3 | 92,3 |
| | Beneficio tributario | 1 | 7,7 | 7,7 | 100,0 |
| Total | | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 7



Elaborado por Sussana Ticse

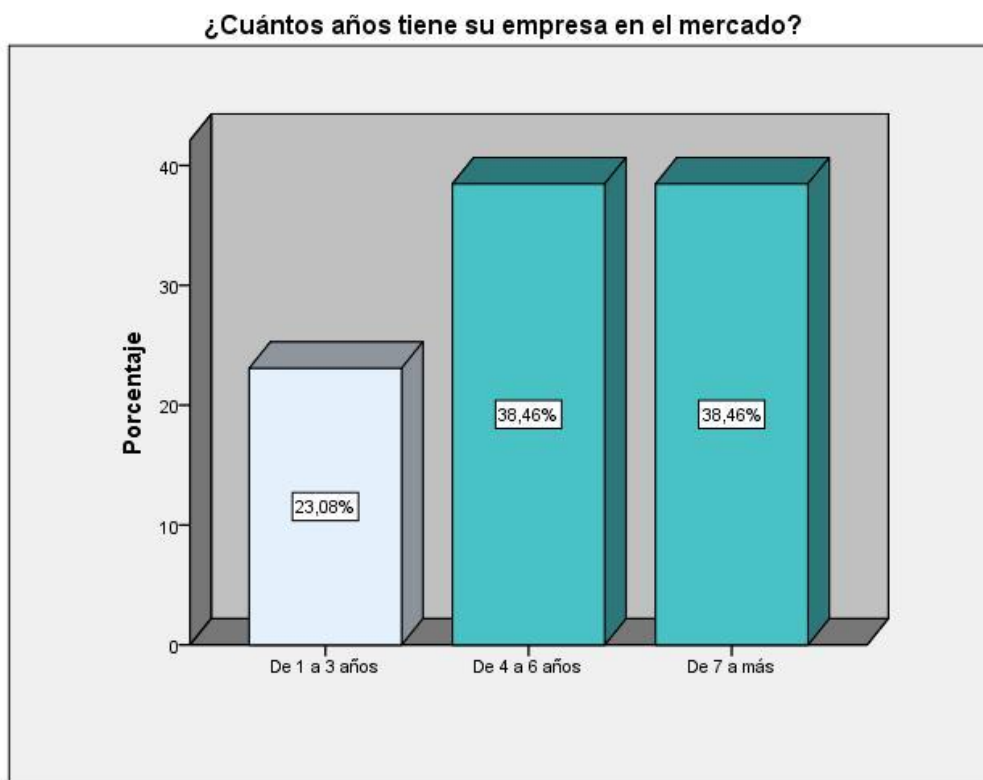
INTERPRETACIÓN: Respecto a beneficios de la formalización, el 92.3% de los emprendedores, consideran el “acceso al crédito bancario” y un 7.7 % considera al “beneficio tributario”.

TABLA 8

| ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado? | | | | | |
|---|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | De 1 a 3 años | 3 | 23,1 | 23,1 | 23,1 |
| | De 4 a 6 años | 5 | 38,5 | 38,5 | 61,5 |
| | De 7 a más | 5 | 38,5 | 38,5 | 100,0 |
| Total | | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta

FIGURA 8



Elaborado por Sussana Ticse

INTERPRETACIÓN: Sólo el 23.1% de las mypes son relativamente nuevas de “1 a 3 años”.

TABLA 9

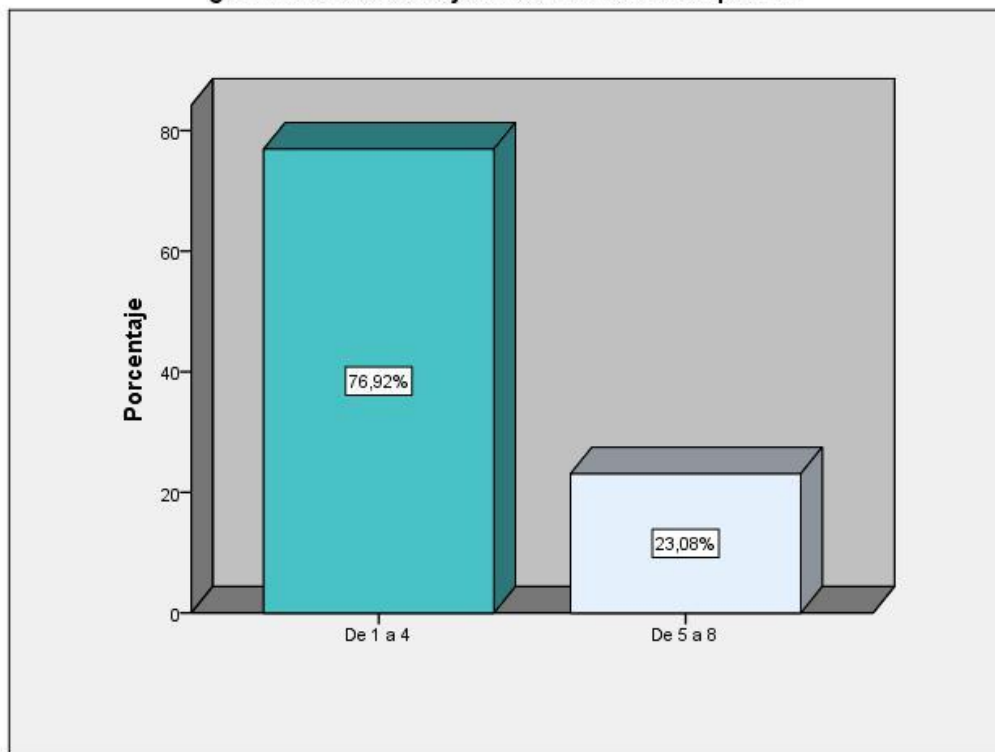
¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | De 1 a 4 | 10 | 76,9 | 76,9 | 76,9 |
| | De 5 a 8 | 3 | 23,1 | 23,1 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 9

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?



Elaborado por Sussana Ticse

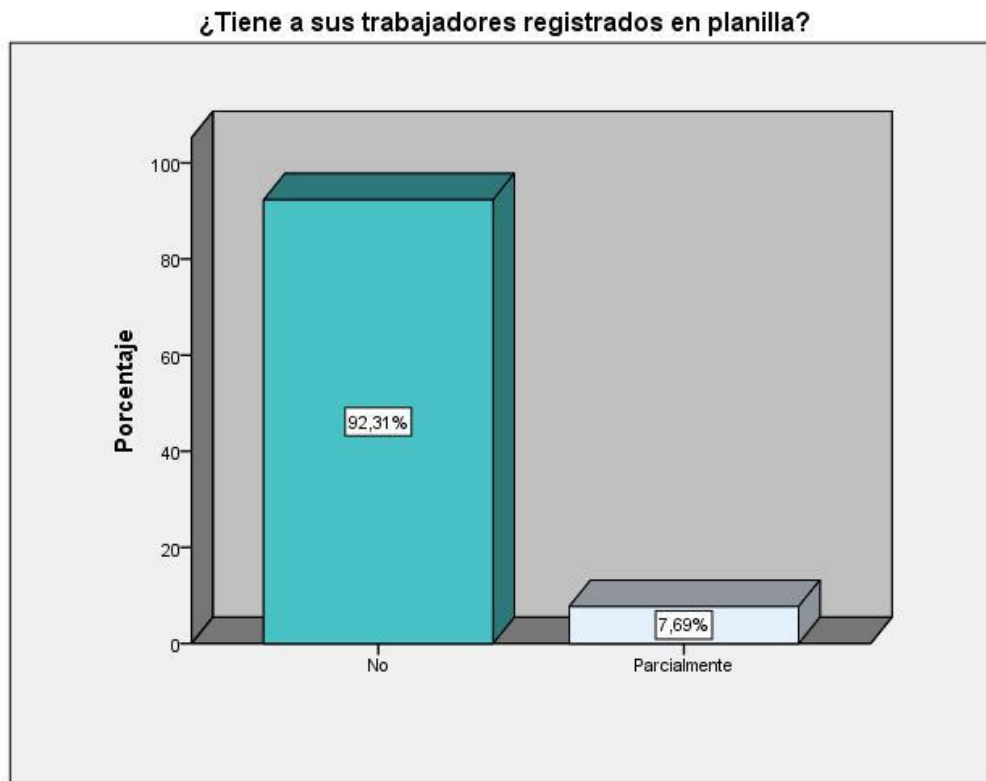
INTERPRETACIÓN: De los datos recogidos de la investigación, el 76.9% de las mypes tienen entre 1 a 4 colaboradores. Según la observación realizada la mayoría son jóvenes y cubren puestos operaciones de la empresa.

TABLA 10

| | | ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla? | | | |
|--------|--------------|--|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | No | 12 | 92,3 | 92,3 | 92,3 |
| | Parcialmente | 1 | 7,7 | 7,7 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 10



Elaborado por Sussana Ticse

INTERPRETACIÓN: En su mayoría el 92.3% de los trabajadores “No” están registrados en planilla, y un 7,7% solo tiene registrados a algunos trabajadores.

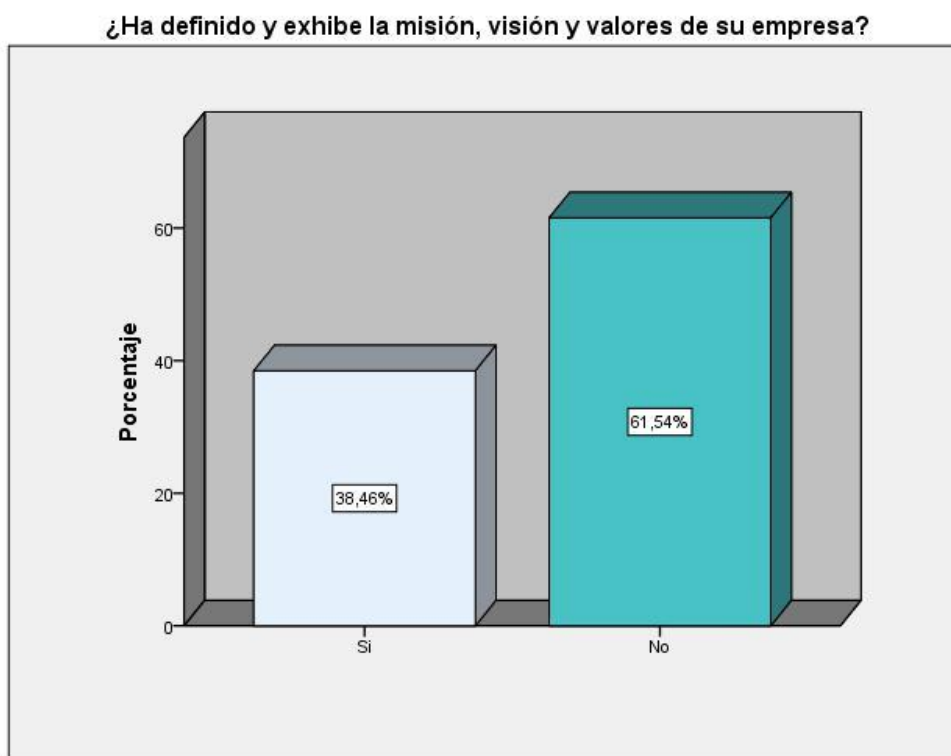
C: DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

TABLA 11

| ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa? | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Si | 5 | 38,5 | 38,5 | 38,5 |
| | No | 8 | 61,5 | 61,5 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 11



Elaborado por Sussana Ticse

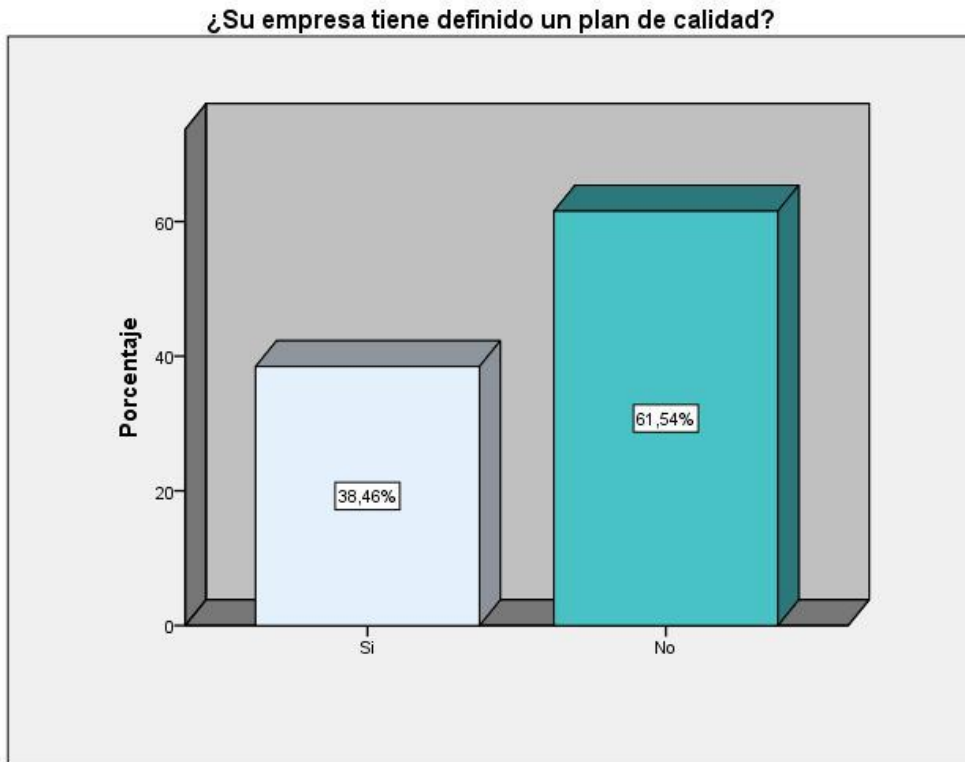
INTERPRETACIÓN: El 61.5% de los emprendedores de las mypes en estudio, manifiestan que “No” ha definido la misión y visión de su organización. El resultado nos adelanta poco conocimiento técnico gerencial entre la mayoría de los microempresarios del sector.

TABLA 12

| ¿Su empresa tiene definido un plan de calidad? | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Si | 5 | 38,5 | 38,5 | 38,5 |
| | No | 8 | 61,5 | 61,5 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 12



Elaborado por Sussana Ticse

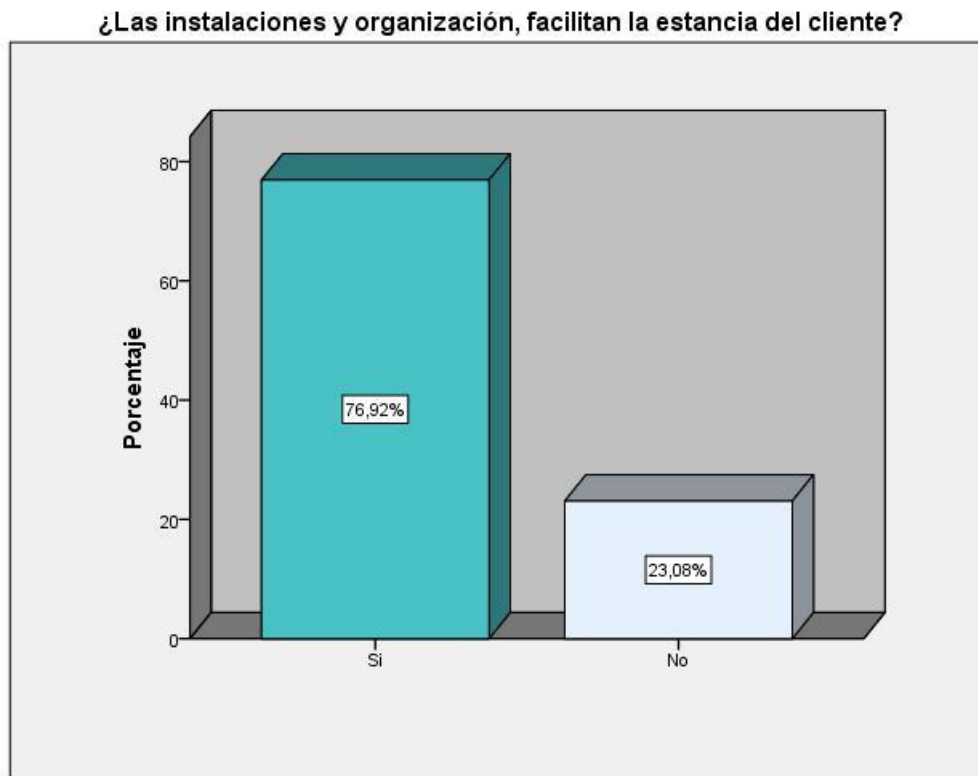
INTERPRETACIÓN: Respecto al plan de calidad, los emprendedores encuestados carecen de dicha herramienta (61,5%), solo un 38,5% tienen uno con referencia de su importancia.

TABLA 13

| ¿Las instalaciones y organización, facilitan la estancia del cliente? | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Si | 10 | 76,9 | 76,9 | 76,9 |
| | No | 3 | 23,1 | 23,1 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 13



Elaborado por Sussana Ticse

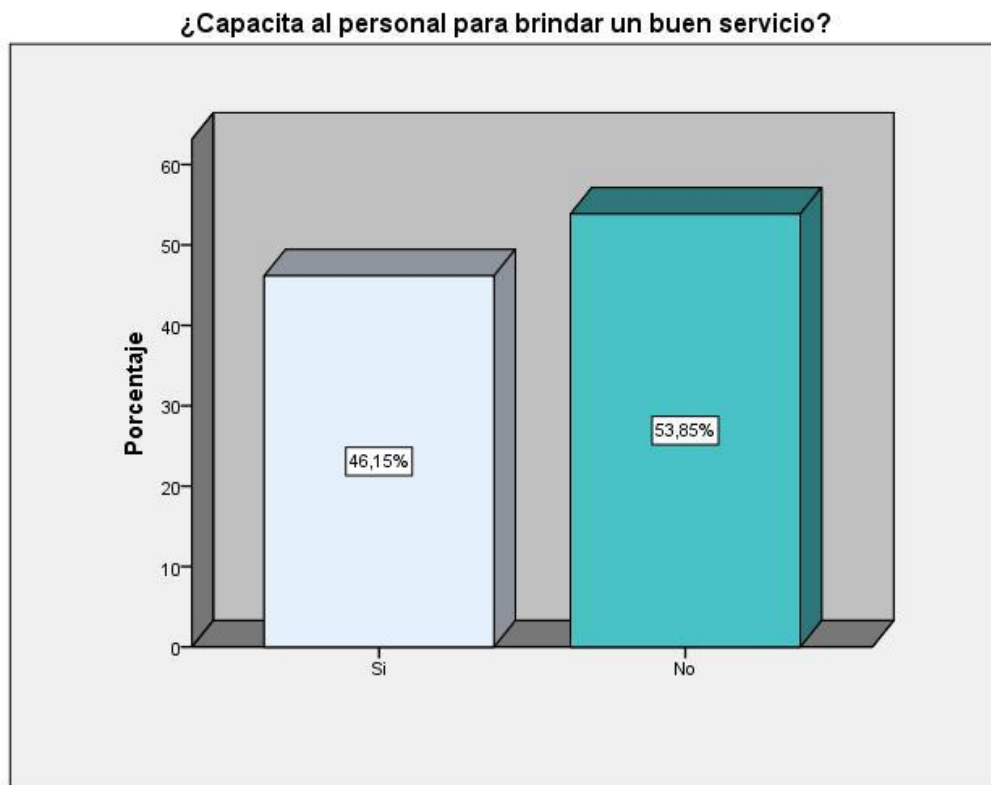
INTERPRETACIÓN: En la investigación se comprueba, que el 76,9% cuenta con infraestructura que “Si facilita la estancia del cliente” y un 23,1% no.

TABLA 14

| ¿Capacita al personal para brindar un buen servicio? | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Si | 6 | 46,2 | 46,2 | 46,2 |
| | No | 7 | 53,8 | 53,8 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 14



Elaborado por Sussana Ticse

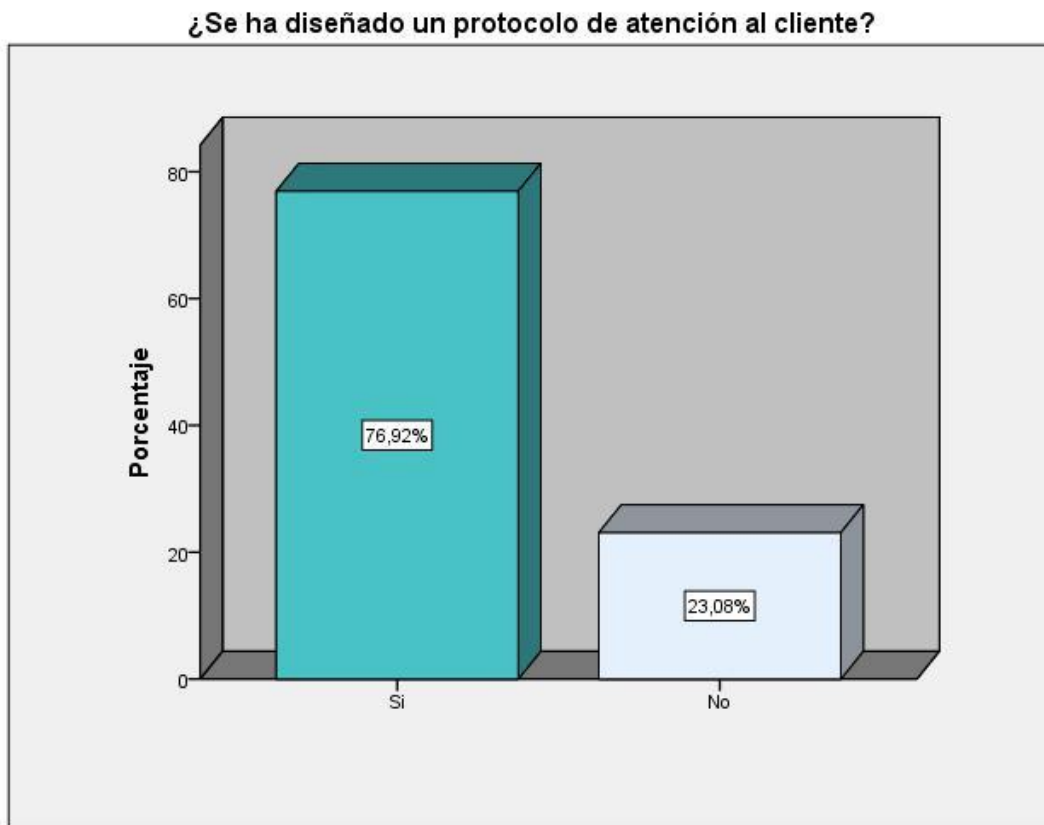
INTERPRETACIÓN: El 53,8% “No” programa capacitaciones para aumentar o mejorar el conocimiento de sus colaboradores y estos brinden una buena atención a sus clientes. Esto se debe a que existe entre los microempresarios una percepción de que es un gasto.

TABLA 15

| ¿Se ha diseñado un protocolo de atención al cliente? | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Si | 10 | 76,9 | 76,9 | 76,9 |
| | No | 3 | 23,1 | 23,1 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 15



Elaborado por Sussana Ticse

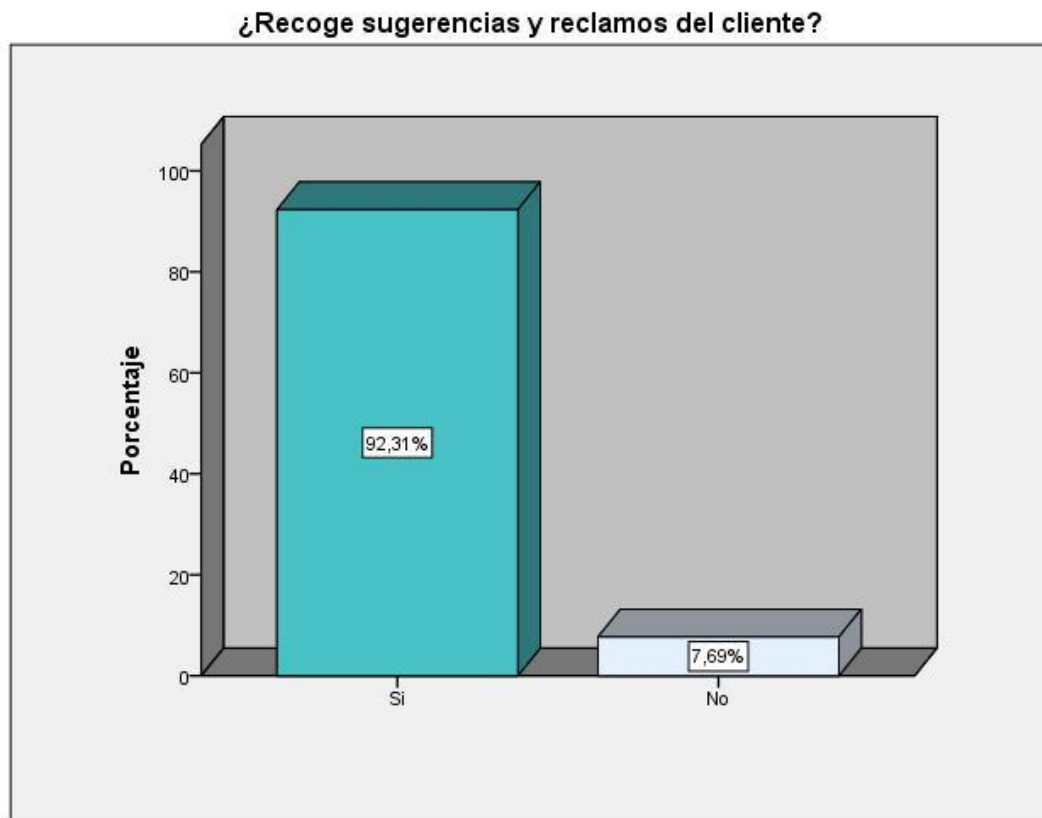
INTERPRETACIÓN: Un 76,9%, del total de mypes indica que “Si” ha diseñado y sigue un protocolo de atención al cliente, mientras que el 23,1% “No” cuenta con esta herramienta de atención al cliente.

TABLA 16

| ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente? | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Si | 12 | 92,3 | 92,3 | 92,3 |
| | No | 1 | 7,7 | 7,7 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 16



Elaborado por Sussana Ticse

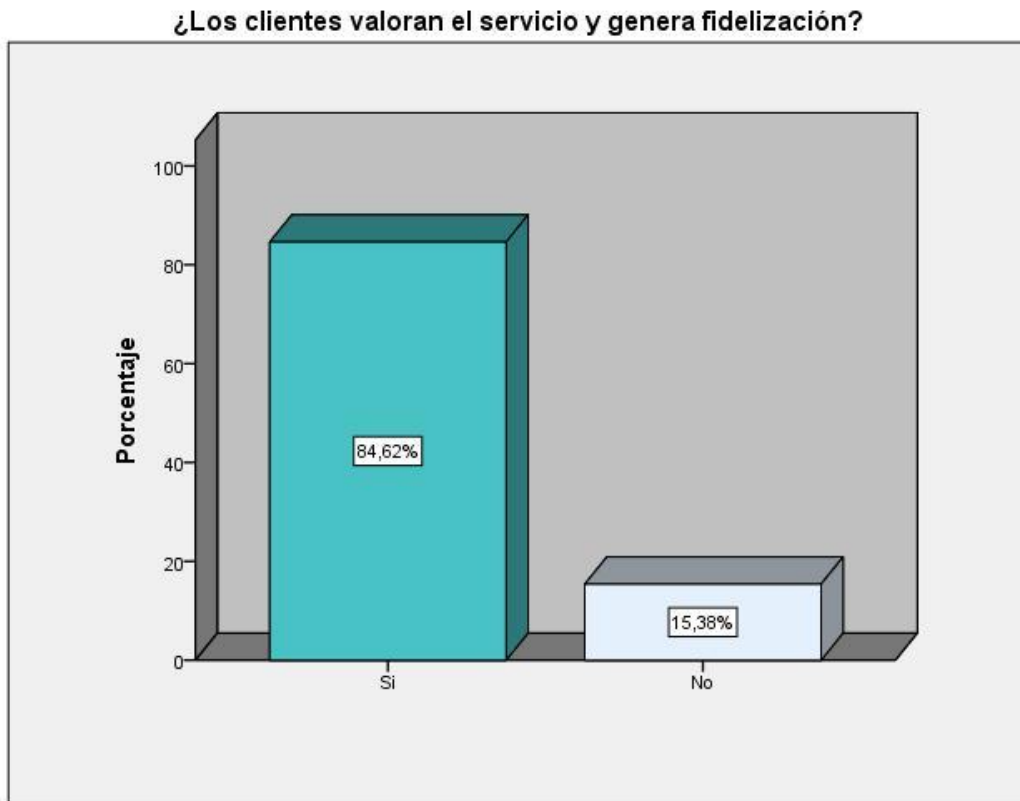
INTERPRETACIÓN: Los emprendedores encuestados expresan que recogen las sugerencias y reclamos del cliente (92,3%), aumentando de esta manera el nivel de calidad de servicio al cliente, mientras el 7,7% “No” las considera.

TABLA 17

| ¿Los clientes valoran el servicio y genera fidelización? | | | | | |
|--|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Si | 11 | 84,6 | 84,6 | 84,6 |
| | No | 2 | 15,4 | 15,4 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 17



Elaborado por Sussana Ticse

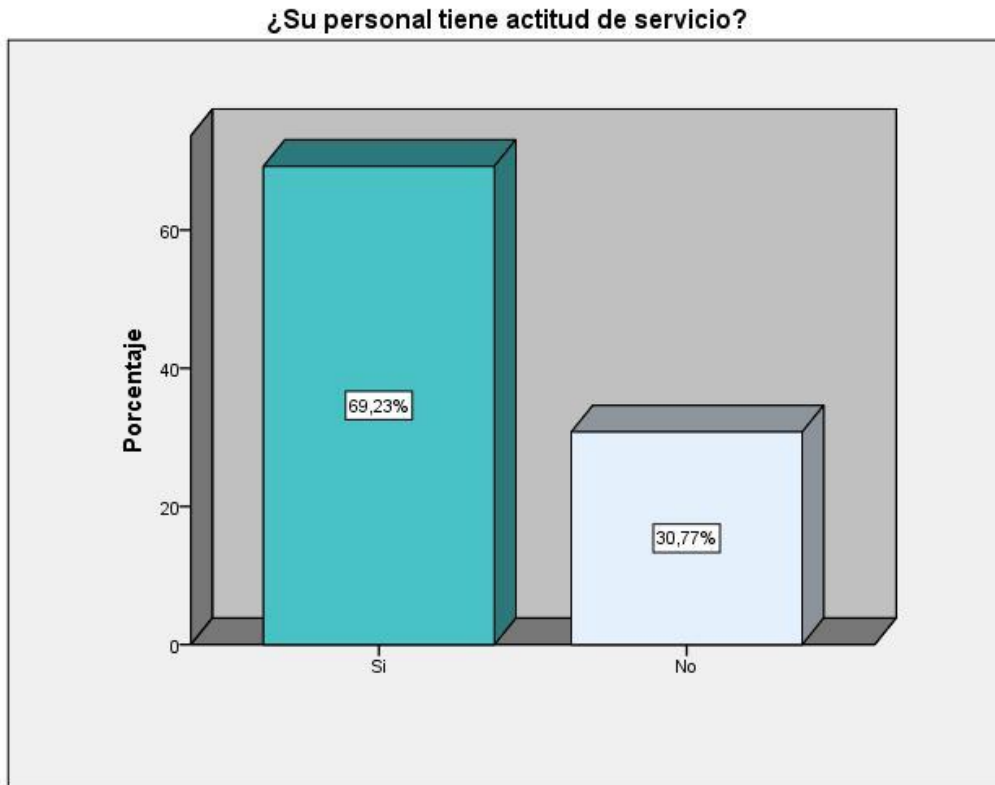
INTERPRETACIÓN: El 84,6% si considera que los clientes valoran el servicio y “genera fidelización”, mientras que el 15,4% manifiesta que los clientes “no se fidelizan”.

TABLA 18

| ¿Su personal tiene actitud de servicio? | | | | | |
|---|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Si | 9 | 69,2 | 69,2 | 69,2 |
| | No | 4 | 30,8 | 30,8 | 100,0 |
| | Total | 13 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Según datos obtenidos de encuesta.

FIGURA 18



Elaborado por Sussana Ticse

INTERPRETACIÓN: El 69,2% si considera que su personal tiene actitud de servicio, mientras que un 30,8% indica que “No”.

5.2 Análisis de Resultados

Relacionaremos los resultados obtenidos en la investigación, y responderemos las preguntas que están tanto de los objetivos, marco teórico e hipótesis.

A. DATOS GENERALES

De acuerdo a la siguiente pregunta **¿Edad del propietario?**

Los empresarios de este rubro se caracterizan, porque en su mayoría están en el rango de 29 a 39 años de edad con el 53,8%. 50 años de edad a más con un 16,0% ambos rangos, mientras que el 12,0% son de 29 a 39 años.

¿Cuál es el sexo del emprendedor?

Los resultados de la investigación indica que el 53,8% de los emprendedores encuestados de las mypes son de sexo Femenino, un 46,2% son emprendedores del sexo masculino. Es un hallazgo particular, esto se produce justamente en el clúster, muchos negocios se iniciaron informalmente, con el devenir de los años se han convertido en negocios con local y estables, pero dirigidos por emprendedoras de mucha energía y perseverancia.

¿Cuál es el grado de instrucción del emprendedor?

El 53.8% de los emprendedores de las mypes en estudio son empíricos; los técnicos representan el 30.8% y con grado universitario 15.4%.

B. DATOS DE LA EMPRESA

¿Su empresa está formalizada?

Del total del análisis de la investigación destaca el 92,3% que “SI” están formalizado, mientras que un 7,7% está con algunos trámites pendientes, descuidando el aspecto laboral y alguna municipal.

¿Qué beneficios identifica de la formalización?

El 92.3% de los emprendedores de las mypes en estudio, “tienen acceso a crédito bancario” y un 7.7 % representan al “beneficio tributario”.

¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?

El 38,5% de los emprendedores de las mypes en estudio, tienen una trayectoria en el mercado de más de 7 años, y también representa de 4 a 6 años 38,5%. siendo de menor porcentaje de 1 a 3 años con 23,1%.

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

En los datos analizados de la investigación, el 76.9% de las mypes tienen entre 1 a 4 colaboradores. De 5 a 8 colaboradores representan 23.1%, respectivamente. El empleo de personas es según las operaciones de su empresa.

¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?

En su mayoría el 92.3% de los trabajadores “NO” están registrados en planilla, y un 7,7% están parcialmente.

C. DE LA GESTIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Como se aprecia en los siguientes resultados, la mayoría de los microempresarios del sector servicios, bares & grill del distrito de Satipo, no dirigen

la administración con gestión de calidad y menos enfocada en el cliente. Contrario a lo que refiere **Mendoza M. (2008)**, que indica que las mypes deben prepararse en gestión de calidad porque esa es la tendencia actual de los negocios.

¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?

El 61.5% de los emprendedores de las mypes en estudio, manifiestan que “No” han definido la misión y visión de su organización. Con este hallazgo se comprende la ausencia de conocimientos técnicos entre la mayoría de los microempresarios del sector.

¿Su empresa tiene definido un plan de calidad? Respecto al plan de calidad, los emprendedores encuestados indican que el 61,5% no tiene definido un plan de calidad, y tanto un 38.5% indica que si es necesario definir un plan de calidad.

¿Las instalaciones y organización facilitan la estancia del cliente?

En la investigación se comprueba, que el 76,9% “Si facilitan la estancia del cliente” y un 23,1% No lo facilitan.

¿Capacita al personal para brindar un buen servicio? - El 53,8% “No” programa las capacitaciones para aumentar el conocimiento de sus colaboradores y estos brinden una buena atención a sus clientes. Esto se debe a que existe entre los microempresarios una percepción de que es un gasto.

¿Se ha diseñado un protocolo de atención al cliente?

Un 76,9%, del total de mypes “Si” ha diseñado y sigue un protocolo de atención al cliente, mientras que el 23,1% “No” cuenta con esta herramienta de atención al cliente.

¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente?

Los emprendedores encuestados expresan que el (92,3%) recoge las sugerencias y reclamos del cliente, aumentando de esta manera el nivel de calidad de servicio al cliente, mientras el 7,7% “No” las considera.

¿Los clientes valoran el servicio y genera fidelización?

El 84,6% si considera que los clientes valoran el servicio y “genera fidelización”, mientras que el 15,4% manifiesta que los clientes “no se fidelizan”.

¿Su personal tiene actitud de servicio? El 69,2% si considera que su personal tiene actitud de servicio, mientras que un 30,8% indica que “No”.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones de la investigación

Al término del proceso de investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Respecto a los datos de la empresa

- La formalización alcanza al 92.3% y coloca al acceso al crédito bancario como el principal beneficio.

Respecto a la gestión y atención al cliente

- La administración es empírica.
- Las mypes en estudio no han definido su misión, visión y valores. Esto define posibles complicaciones en el sentido de dirección del negocio.
- No existe interés en capacitar al personal en mejorar la atención al cliente. Eso produce que se generen comportamientos negativos a la hora de brindar un adecuado servicio al cliente.
- Todo microempresario enfocado en el cliente, debe contar con protocolos de atención al cliente.

Finalmente, los microempresarios y también sus colaboradores no han interiorizado la gran ventaja que representa brindar un servicio al cliente, las tácticas empresariales deben estar alineadas a conocer que atributos valora el cliente.

6.2 Recomendaciones

- Promover una “cultura de buen servicio” la cual deberá estar a cargo de la dirección que ejercen los microempresarios.
- Definir la visión, misión y valores de la empresa. Esta herramienta es clave no solo para una empresa que aspira a administrarse con calidad, sino que ayuda a que los integrantes de la organización visualizar la dirección a donde deben llegar; integrándose como equipo
- Fijar estrategias, protocolos, post venta, que permita conocer las expectativas del cliente y se traduzcan en oportunidades de mejora e inclusive mejores versiones de los productos o servicios que ya se ofrecen.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alva, P.; Pacco A.; Pacheco, F. (2015), Plan de Negocio para la creación de un Piano Bar Lounge en Lima Metropolitana. Editorial. Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC). Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/601009>.

Albrecht y Zemke (1988). Gerencia del Servicio. Bogotá Colombia. Fondo Editorial Legis. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/albertogaitan87/gerencia-del-servicio-karl-albrecht-ron-zamke>.

Camisón, C., Cruz, S., & Gonzales, T. (2006). *Gestion de la calidad, conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación S.A.

Fadi (1994). Define el Mejoramiento Continuo como una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto a otras. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/definiciones-del-mejoramiento-continuo/>

Fitzsimmons & Fitzsimmons (2008). Service Management. Other Editions-View all. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books/about/Service_Management.html?id=useIPwAACAAJ&redir_esc=y

Galan, M. (2009). *Metodologia de la investigacion*. Recuperado el 05 de Enero de 2016, de <http://manuelgalan.blogspot.pe/2009/09/que-es-un-diseno-basico-metodologico.html>

Guido, B. J. (2014). *El servicio que nos merecemos: Un diálogo sobre las relaciones entre empresas y clientes*. Lima: Penguin Random house grupo editorial S.A.

Herrera, M. M. (2008). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para una microempresa*. Veracruz.

Kanashiro J. (2011), Modelo de implementación de restaurante sushi bar en distritos emergentes de Lima Metropolitana. Editorial Universidad de Ciencias Aplicadas. Recuperado de:
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/315430>

Kotler (2003). Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Larrea (1991). Calidad de servicio es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal. Recuperado de: <http://www.geocities.ws/nardysc/12/msui/ii.htm>

Mendoza M. (2008), Revista Internacional la Nueva Gestion Organizacional. Julio-Diciembre 2016. Universidad Autónoma de Tlaxcala. Recuperado de:
<https://www.uatx.mx/publicaciones/revistas/fcea/RI0712201605.pdf>

Parasuraman (1985). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de:
<file:///C:/Users/ann/Downloads/30-134-1-PB.pdf>

Peñaloza, D. (2007), Plan de Negocios para la creación de un Restaurante Bar Temático de Fútbol en Bogotá. Agosto 2009. Recuperado de: <http://text-mx.123dok.com/document/dy4g5rky-plan-de-negocios-para-la-creacion-de-un-restaurante-bar-tematico-de-futbol-en-bogota.html>

Rugeles, B. (10 de Marzo de 2013). *Slideshare*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/bettyrugeles/definicion-de-gestin-de-calidad>

Ruiz (2001). Calidad de Servicio al cliente. Recuperado de: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/2712/Rivera%281%29_if.pdf?sequence=1

Wilks (1962). Métodos y técnicas avanzadas en análisis de datos en ciencias del comportamiento. Edicions Universitat Barcelona.

ANEXOS

1. Presupuesto

Se necesitó de un presupuesto que ascendió a S/4,994.00, cubiertos con recursos propios.

Tabla 19

| | | | TOTAL S/. | 4,994.00 |
|-------|----------|---|--------------|-----------------|
| Cant. | Unidad | Descripción | Costo | Costo |
| | Medida | | Unitario | Total (S/.) |
| | | Curso de Titulación | | 1,700.00 |
| | | Asesoramiento | | 1,500.00 |
| | | Alimentos de Personas | | 150.00 |
| 20 | Raciones | Alimentación para investigadores y colaboradores | 5.00 | 100.00 |
| | | Bienes de Consumo | | 1,535.00 |
| 1 | Unidad | Laptop LG | 1,200.00 | 1,200.00 |
| 1 | Unidad | Impresora a color HP | 250.00 | 250.00 |
| 4 | Unidad | Tinta para impresora | 5.00 | 20.00 |
| 25 | Hora | Internet | 1.00 | 25.00 |
| 2 | Unidad | Memoria USB de 8 gigas | 20.00 | 40.00 |
| | | Materiales de Escritorio | | 79.00 |
| 1 | Millar | Papel bond A-4 | 20.00 | 20.00 |
| 1 | Ciento | Folder Manila tamaño A4 | 8.00 | 8.00 |
| 1 | Unidad | Perforador | 8.00 | 8.00 |
| 1 | Unidad | Engrapador | 8.00 | 8.00 |
| 1 | Caja | Grapas | 6.00 | 6.00 |
| 3 | Unidad | Lapiceros color azul | 3.00 | 9.00 |
| 3 | Unidad | Lapiceros color negra | 3.00 | 9.00 |
| 1 | Caja | Lapiz | 7.00 | 7.00 |
| 2 | Unidad | Borrador | 2.00 | 4.00 |
| | | Pasajes y Gastos de Transportes | | |
| 20 | Pasajes | Movilidad local ida y vuelta a las instituciones Publicas y puntos de investigación | 4.00 | 80.00 |

Fuente: Elaboración Sussana Ticse.

2. Cronograma de Actividades

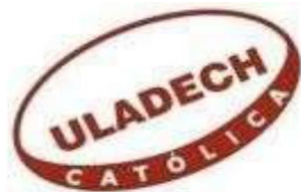
El cronograma de seguimiento y cumplimiento en el desarrollo del presente informe, en semanas por mes es el siguiente:

Tabla 20

| CRONOGRAMA DE AVANCE | 2017 | | | | | | | | | | | | 2018 | | | | | | | |
|--|-----------|---|---|---|-----------|---|---|---|-------|---|---|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | NOVIEMBRE | | | | DICIEMBRE | | | | ENERO | | | | FEBRERO | | | | MARZO | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Se realizó el asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Identificación de las variables. | X | X | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Determinación del sector y rubro a estudiar. | | | X | X | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Título del proyecto de investigación. | | | | X | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de Planteamiento de la investigación. | | | | | X | X | X | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración del Marco Teórico y conceptual. | | | | | | | X | X | X | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de Metodología de la investigación. | | | | | | | | | X | X | | | | | | | | | | |
| Presentación de Proyectos de Investigación. | | | | | | | | | | X | X | | | | | | | | | |
| Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos. | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | | | |
| Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones. | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | |
| Revisión de referencias bibliográficas, APA. | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | |
| Presentación del informe final de investigación. | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | | | |
| Revisión del turnitin. | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | | |
| Elaboración de Artículo científico y diapositivas. | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | | | |
| Sustentación del informe final de investigación | | | | | | | | | | | | | | | | | X | X | X | |

Fuente: Elaboración Sussana Ticse

3. Encuesta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

ENCUESTA A MYPES

Instrucciones:

Estimado propietario o representante de la mype, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a recoger información para analizar la “Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, Bares & Grill, distrito de Satipo, año 2017”

Encuestado:

(a):.....Fecha:...../...../20....

A. PREGUNTAS GENERALES:

1. Edad del propietario de la empresa:

18 a 28 años (), 29 a 39 años (), 40 a 49 años (), 50 a más ()

2. Sexo: Masculino () b) Femenino ()

3. Grado de Instrucción:

a) Empírico () b) Técnico () c) Universitario ()

B. GESTIÓN DE CALIDAD

4. ¿Su empresa está formalizada?

Si () Trámites pendientes ()

5. ¿Qué beneficios identifica de la formalización?

- a) Acceso a crédito bancario ()
b) Relación con empresas del mercado ()
c) Beneficio tributario ()

6. ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?
De 1 a 3 años () De 4 a 6 años () De 7 a más ()

7. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?
De 1 a 4 () De 5 a 8 () De 9 a más ()

8. ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?
a) Si () b) No () c) Parcialmente ()

C. GESTIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE

9. ¿Ha definido y exhibe la misión, visión y valores de su empresa?
Si () No ()

10. ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?
Si () No ()

11. ¿Las instalaciones y organización, está pensado para facilitar al cliente?
Si () No ()

12. ¿Capacita al personal para brindar un buen servicio?
Si () No ()

13. ¿Se ha diseñado un protocolo de atención al cliente?
Si () No ()

14. ¿Recoge sugerencias y reclamos del cliente?
Si () No ()

15. ¿Los clientes valoran el servicio y genera fidelización?
Si () No ()

16. ¿Su personal tiene actitud de servicio?
Si () No ()

Satipo, enero de 2018