



**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, SECTOR SERVICIOS,  
CLÚSTER RESTAURANT TURÍSTICO, DISTRITO DE  
YARINACOCHA, AÑO 2017**

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

**AUTORA:**

**ANA VICTORIA GAVIRIA JUSTO**

**ASESOR:**

**MBA. CRYSBER M. VALDIVIEZO SARA VIA**

**PUCALLPA -PERÚ**

**2018**

**FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

-----

**Mgtr. Sergio O. Ortiz García**

**Secretario**

-----

**Mgtr. José Luis Meza Salinas**

**Miembro**

-----

**Dr. Geider Grandes García**

**Presidente**

-----

**MBA Crysber Moisés Valdiviezo Saravia**

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Me gustaría que estas líneas sirvieran para expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización del presente trabajo, en especial a mis Padres, por el impulso, constante exigencia, motivación y por todo el apoyo recibido a lo largo de estos años para culminar mi Carrera Profesional. También me gustaría agradecer a cada uno de los docentes, a lo largo de mi estadía por la Universidad, nos han enseñado sus conocimientos y experiencias para ser profesionales de calidad y con ello alcanzar el éxito.

Un agradecimiento muy especial merece la comprensión, paciencia y el ánimo recibidos de mi familia y amigos.

A todos ellos, muchas gracias.

## **DEDICATORIA**

Va dedicado especialmente a mi familia GAVIRIA JUSTO, por haberme formado con valores, responsabilidad y reglas. Así mismo dejándome en algunas oportunidades la libertad de tomar mis propias decisiones con el único propósito de alcanzar mis anhelos.

## RESUMEN

El objetivo de la investigación ha sido determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente, Sector Servicios, rubro Clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017. El mismo que se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional, donde con la aplicación de una encuesta de 18 preguntas, se tuvo como resultados: Respecto al propietario: Edad, son adultos porque están en el rango de 40 a 49 años (64,0%); predomina el género femenino (64,0%); no tienen formación académica, son “Empíricos” (44,0%). Respecto a la empresa: el 80,0% están formalizadas. Los negocios que conforman el clúster de Restaurant Turístico están en el mercado en promedio de 4 a 8 años (40,0%); cuenta entre 5 a 8 trabajadores (72,0%); y 60,0% tiene a sus trabajadores en planilla. Respecto a gestión: el 76,0% no aplica técnicas de calidad; 68,0% no definió ni exhibe su misión y visión; carece de plan de negocios (60,0%); no conocen metodología técnica para solución de problemas (82,0%). Respecto a atención al cliente: solo algunas cuentan con la infraestructura para brindar servicio adecuado (52,0%); el 88,0% no tiene establecido un protocolo de atención al cliente; 84,0% no atiende las sugerencias del cliente para mejorar el nivel de servicio. Finalmente, en la investigación se aprecia que la dirección de la mype no evalúa a su personal respecto a su nivel de servicio, ni se interesa por conocer del cliente si está satisfecho (64,0%).

**Palabras clave:** Gestión de calidad, Atención en el cliente, Servicio, Clusters, Restaurant Turístico.

## ABSTRACT

The objective of the research was to determine the Quality Management under the focus of Customer Service, Services Sector, Tourist Cluster Restaurant, Yarinacocha district, 2017. The same that was developed under the research methodology of the descriptive type, not experimental, transversal, correlational, where with the application of a survey of 18 questions, the following results were obtained: Regarding the owner: Age, they are adults because they are in the range of 40 to 49 years old (64.0%); female gender predominates (64.0%); they have no academic training, they are "empirical" (44.0%). Regarding the company: 80.0% are formalized. The businesses that make up the Tourist Restaurant cluster are on the market on average from 4 to 8 years (40.0%); counts between 5 to 8 workers (72.0%); and 60.0% have their workers on payroll. Regarding management: 76.0% do not apply quality techniques; 68.0% did not define or exhibit their mission and vision; lack of a business plan (60.0%); they do not know technical methodology for problem solving (82.0%). Regarding customer service: only some have the infrastructure to provide adequate service (52.0%); 88.0% have not established a customer service protocol; 84.0% do not respond to the client's suggestions to improve the level of service. Finally, the investigation shows that the management of the mype does not evaluate its staff regarding its level of service, nor is interested in knowing the client if he is satisfied (64.0%).

**Key words:** Quality management, Customer service, Service, Clutters, Tourist Restaurant.

## ÍNDICE GENERAL

TÍTULO DE LA TESIS .....	i
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR .....	ii
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.....	3
1.1.1 Caracterización del Problema .....	3
1.1.2 Enunciado del Problema: .....	4
1.2 Objetivo de la investigación.....	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivos Específicos: .....	4
1.3 Justificación de la investigación .....	5
CAPÍTULO II REVISIÓN DE LITERATURA .....	6
2.1 Antecedentes de la investigación.....	6
2.1.2 Antecedentes Internacionales .....	8
2.2 Bases Teóricas de la Investigación.....	8
2.2.1 Calidad de Servicio .....	8
2.2.2 Modelo de Calidad de Servicio .....	10
2.2.3 Calidad en los Servicios de Atención al Cliente .....	13
2.3 Marco conceptual .....	14
2.3.3 La micro y pequeña empresa .....	15
2.3.4 La asociatividad .....	16
CAPÍTULO III HIPÓTESIS .....	21
3.1 Hipótesis General .....	21

3.2	Hipótesis Específicas .....	21
<b>CAPÍTULO IV METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>		<b>22</b>
4.1	Diseño de investigación .....	22
4.1.1	Tipo de investigación .....	23
4.1.2	Nivel de investigación .....	23
4.2	Universo o Población.....	23
4.2.1	Población.....	23
4.2.2	Muestra .....	24
4.3	Definición y Operacionalización de variables e indicadores .....	25
4.4	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos .....	26
4.4.1	Técnicas.....	26
4.4.2	Instrumentos.....	26
4.5	Plan de análisis de datos .....	26
4.6	Matriz de Consistencia .....	¡Error! Marcador no definido.
4.7	Principios éticos.....	29
<b>CAPÍTULO V RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>		<b>30</b>
5.1	Resultados .....	30
5.2	Análisis de resultados .....	48
<b>CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>50</b>
6.1	Conclusiones de la investigación .....	50
6.2	Recomendaciones .....	51
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>		<b>52</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>54</b>
1.	Presupuesto.....	54
2.	Cronograma de Actividades .....	55
3.	Encuesta .....	56



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y Operacionalización de variables e indicadores.....	25
Tabla 2: Matriz de consistencia de la investigación.....	27
Tabla 3: Edad del propietario de la empresa.....	30
Tabla 4: Sexo del propietario.....	31
Tabla 5: Grado de instrucción.....	32
Tabla 6: ¿Su empresa esta formalizada?.....	33
Tabla 7: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	34
Tabla 8: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	35
Tabla 9: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	36
Tabla 10: ¿La administración aplica técnicas de gestion de calidad?.....	37
Tabla 11: ¿Su empresa exhibe su misión y visión?.....	38
Tabla 12: ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?.....	39
Tabla 13: ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?.....	40
Tabla 14: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?.....	41
Tabla 15: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?.....	42
Tabla 16: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?.....	43
Tabla 17: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?.....	44
Tabla 18: ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?.....	45
Tabla 19: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?.....	46
Tabla 20: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?.....	47
Tabla 21: Presupuesto.....	56
Tabla 22: Cronograma de Actividades.....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Resumen de los principales conceptos de calidad de servicios.....	10
Figura 2: Edad del propietario de la empresa.....	30
Figura 3: Sexo del propietario.....	31
Figura 4: Grado de instrucción del propietario.....	32
Figura 5: ¿Su empresa esta formalizada?.....	33
Figura 6: ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?.....	34
Figura 7: ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?.....	35
Figura 8: ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?.....	36
Figura 9: ¿La administración aplica técnicas de gestion de calidad?.....	37
Figura 10: ¿Su empresa exhibe su misión y visión?.....	38
Figura 11: ¿Se ha estandarizado los procesos clave de la empresa?.....	39
Figura 12: ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?.....	40
Figura 13: ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?.....	41
Figura 14: ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?.....	42
Figura 15: ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?.....	43
Figura 16: ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?.....	44
Figura 17: ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?.....	45
Figura 18: ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?.....	46
Figura 19: ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?.....	47

## **CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN**

Al presentar el presente informe final de investigación, observamos que se realizó un trabajo innovador y de atención a un sector que diariamente reciben a cientos de turistas nacionales e internacionales, muy interesados de saborear el arte culinario de la Amazonía y probar las agradables frutas y refrescos, gozando de una agradable vista de la laguna de Yarinacocha.

Estos negocios, se han ido formalizando con el correr de los últimos años, algunos aún están en ese proceso, pero que tienen como característica haber formado un clúster de restaurantes turísticos teniendo como principal propósito atraer el interés de los visitantes.

Nos enfocamos en esta característica, pero también y principalmente, en cómo se prepararon las mypes para atender a los clientes.

Como resultado de la investigación, nos damos con la realidad que aún la administración de los negocios es empírica en la gran mayoría y la cultura de servicio no se ha desarrollado, existe poco interés en brindar un servicio de calidad, que serviría de apalancamiento para alcanzar un mejor posicionamiento y referencia.

La principal causa, es que la gerencia de las mypes no realizan una gestión técnica, que le permita visualizar el real contexto del bajo nivel de servicio que realizan, a una cuyo nivel sea de enfoque en la satisfacción del cliente, que se inicie desde el momento que el cliente acude al Restaurant hasta que paga por el servicio y se retira, asegurando una experiencia gratificante y por consiguiente los recomiende.

## **1.1 Planteamiento de la investigación**

La investigación que se desarrolló en el presente documento académico, se inspiró en las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017, porque son los negocios que reciben a todos los visitantes que vienen a nuestra ciudad a conocer de las bondades turísticas y culinarias y se espera que brinden el mejor de los servicios, los cuales en ocasiones son sesgados por la falta de conocimiento de técnicas de atención al cliente y por falta de formación empresarial, situación que deseamos se revierta en un futuro muy próximo, porque como empresas también deben crecer y evolucionar.

### **1.1.1 Caracterización del Problema**

Los clústeres son agrupaciones de empresas que tienen el mismo giro de negocio y que buscan asegurar principalmente la presencia o asistencia de los clientes o compradores, generando un ciclo permanente de negocios y la respectiva rentabilidad.

Sin embargo, cada una debe competir con los otros participantes del rubro y para ello es necesario la aplicación de estrategias.

Las estrategias son innumerables, pero la principal es la *calidad de servicio*. Un buen servicio impactará en la apreciación crítica del cliente haciendo que esta referencia positiva sirva para generar otra próxima visita.

Las mypes del sector Restaurant Turístico, ubicadas en el distrito de Yarinacocha, son negocios que reciben mucha afluencia de público, pero gran parte de ellas no desarrollan una gestión de calidad y enfoque al cliente, por esta razón se presentan algunas deficiencias que menoscaban en contraparte el agradable sabor de sus platos.

### **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, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha 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, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha año 2017.

### **1.2.2 Objetivos Específicos:**

- Determinar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha.
- Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha se encuentran formalizadas.
- Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio.

### **1.3 Justificación de la investigación**

La investigación se justifica bajo los principios de conveniencia, porque servirá para enfatizar la importancia de la gestión de calidad y atención al cliente en las mypes del clúster Restaurant Turístico del distrito de Yarinacocha, por representar una “portada principal” al visitante a nuestra ciudad.

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**

A nivel mundial, la atención al cliente es una de las variables que, hoy en día, presenta importancia en la formulación de las estrategias de marketing en las empresas y, al ofrecerla, proporciona una ventaja competitiva (Kotler & Keller, 2006) o puede ser utilizada como una herramienta para mantener una relación de largo plazo con el cliente (**Barroso & Martín, 1999a**).

En el presente capítulo se mostrarán los conceptos que se necesitan para desarrollar, y comprender para nuestro estudio.

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1 Antecedentes Nacionales**

**Lozano, C.; Murphy, E.; Niño, B. (2016)**, en la tesis para obtención del grado de Magister “Desempeño competitivo de los Clúster del Sector Turismo en el Distrito de Lambayeque” en la Pontificia Universidad Católica del Perú. El tema se desarrolló con el objetivo de determinar el nivel de gestión y desarrollo alcanzado. La investigación se realizó bajo la metodología Morosini (2004), el que consistió en medir el grado de cohesión y escala de un clúster sobre la base de dos criterios; integración de conocimiento y el ámbito de competencia que son factores cruciales para explicar el desempeño competitivo de los conglomerados industriales. Se arribó a las siguientes conclusiones: el nivel competitivo del sector es bajo, el nivel de conexión entre las



mismas empresas del rubro es nulo, patrones de crecimiento muy lento y poca adaptación a cambios.

**Dávila, K.; Flores, M. (2017)**, en la tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas “Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”. Esta investigación tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro de Lambayeque. Para ello se utilizó el modelo de medición de calidad SERVPERF, que permitió conocer el grado de calidad de servicio que reciben los clientes. Finalmente, se concluyó, que los clientes se sienten conformes del servicio brindando por los colaboradores y la calidad de sus platos gastronómicos. Según la investigación, incide la combinación de los ingredientes más tradicionales de la comida Lambayecana que impactan en la satisfacción de sus clientes.

**Sánchez, G.; Erazo, A.; Casariego, M.; Encinas, R.(2015)**, en la tesis sobre “Calidad del Sector de Restaurantes en Lima Metropolitana” para optar el grado de Magister. La investigación se realizó con el objetivo de determinar el nivel de cumplimiento de los factores de éxito del TQM (Total Quality Management) en la gestión de calidad de los restaurantes en la ciudad de Lima. Para tal efecto, utilizaron la metodología de investigación de diseño no experimental, transversal y descriptiva. Como conclusiones se determinaron que el ingreso de negocios referentes ha generado un impulso del sector al desarrollo y competitividad; promueve la innovación, diversificación y cultura gastronómica; la generación de instituciones educativas especializadas en cocina y servicios y el apoyo de las nuevas normas emitidas que

favorecen la regulación, control y supervisión del buen funcionamiento de los restaurantes de la ciudad.

### **2.1.2 Antecedentes Internacionales**

**Argueta, S.; Marquina, F.; Vásquez, Rember (2013)**, en la tesis sobre “Formación de un Clúster Turístico para lograr ventaja competitiva de la Ciudad Apastepeque, Departamento de San Vicente, El salvador”, para optar el título profesional de Licenciado en Administración. La investigación tuvo por objetivo proponer un clúster como forma de organización para lograr la ventaja competitiva del Municipio, y que se adecue a las exigencias del turismo actual. El estudio utilizó el método científico, analítico, deductivo y tipo de investigación descriptiva. Diseño No Experimental, Transversal. Como conclusiones se determinó la falta de organización de los microempresarios, falta de infraestructura por tener caminos sin pavimentar, falta de mano de obra calificada e informalidad.

## **2.2 Bases Teóricas de la Investigación**

### **2.2.1 Calidad de Servicio**

Las empresas buscan responder a las necesidades o deseos de sus clientes. Para lograrlo, algunas empresas diseñan productos, otras ofrecen servicios y algunas realizan ambas.

Actualmente, el consumidor hace que los servicios cobren importancia y que se conviertan en un diferenciador entre las empresas.

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.

**Figura 1:** Resumen de los Principales Conceptos de Calidad de Servicio

Resumen de los Principales Conceptos de Calidad de Servicio.	
Autor	Definición
Lehtinen y Lehtinen -1982	La calidad de servicio ocurre en la interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa, existiendo tres dimensiones: calidad física, calidad corporativa y calidad interactiva.
Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988)	La calidad de servicio es el resultado de comparar la percepción versus la expectativa del consumidor.
Grönroos (1988)	La calidad de servicio está compuesta por tres dimensiones: calidad técnica (qué se da), calidad funcional (cómo se da) e imagen corporativa, las cuales influyen en la percepción de un cliente.
Vázquez, Rodríguez y Díaz (1996)	La calidad de servicio la determina el consumidor, sobre la percepción del servicio que ha recibido.

**Fuente:** Elaboración Propia

Algunas de las formas como se ha definido la calidad en el servicio son conformidad de los requerimientos del cliente en la entrega del servicio

Según Gronroos (1994) hay tres dimensiones en la calidad del servicio:

- 1) **Calidad técnica.** Involucra a lo que el cliente está recibiendo del proveedor. Esto puede ser medido por parte del cliente en una manera objetiva.
- 2) **Calidad funcional.** Involucra la manera en que el servicio es entregado. Esto se refiere a la interacción psicológica entre el comprador y el proveedor. Es percibida en una manera bastante subjetiva y pueden influir elementos como: actitud y comportamiento de los empleados, acercamiento del personal de servicio, accesibilidad al servicio, apariencia del personal, relación entre los empleados y relación entre los empleados y el cliente.
- 3) **Imagen corporativa.** Es la dimensión de la calidad que resulta de cómo los clientes perciben a la empresa y se espera que sea construida principalmente por la dimensión técnica de la calidad ya que afecta la percepción del servicio por parte del cliente.

La calidad en el servicio se ha convertido en una medida de la satisfacción de las expectativas de los clientes. Alrededor del mundo, las compañías se han dado cuenta de que prestar atención a la calidad en el servicio que se brinde resulta benéfico para la rentabilidad y su crecimiento en el mercado. Por lo tanto, la calidad en el servicio se ha convertido en un factor estratégico para las empresas para diferenciar sus productos y servicios de los de la competencia.

### **2.2.2 Modelo de Calidad de Servicio**

Un modelo es una representación simplificada de la realidad, que toma en consideración aquellos elementos básicos capaces por sí solos de explicar convenientemente el comportamiento de la misma.

Existen varios modelos en materia de servicios realizados por diversos especialistas. Por ejemplo Richard Norman señala como componentes principales de un “sistema de gestión de servicios” los cinco siguientes:

- El segmento de mercado
- El concepto de servicio
- El sistema de prestación de servicio
- La imagen
- La filosofía.

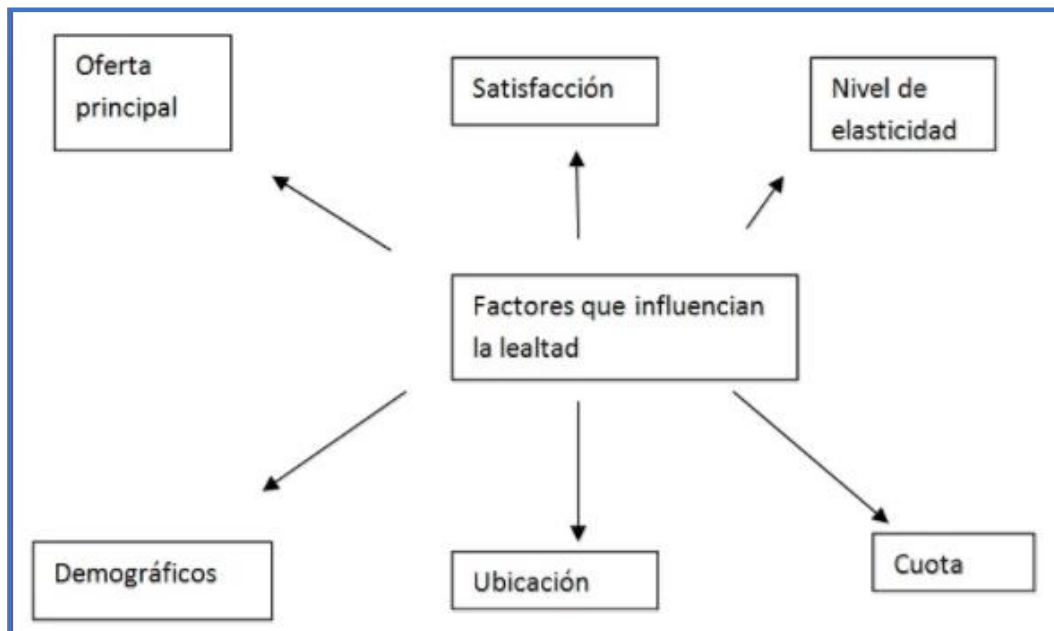
El modelo de lealtad de **Dick, A.S. y Basu, K. (1994)** fue aplicado en una tesis de investigación de los autores Escalante, Liendo y Morales (2008), en la que estudiaron la relación de la calidad de servicio, la satisfacción del cliente, la percepción de imagen institucional y los costos de cambio, con la lealtad de los clientes de la banca minorista en Lima. La lealtad fue medida como comportamiento de recompra y actitud.

Para el primero, se utilizaron cinco preguntas relacionadas con si el cliente había aceptado trasladar alguna cuenta hacia otro banco que le ofreció una mejor tasa de interés o un mejor servicio, si había aceptado un nuevo producto que le ofreció otro banco, si había acudido primero a otro banco para solicitar información sobre un producto, y si había solicitado crédito a otros bancos. Para la actitud, se utilizaron tres preguntas referidas a la intención de continuar siendo cliente del banco principal y la recomendación de éste a sus familiares o amigos.

Las preguntas relacionadas con el comportamiento de recompra fueron definidas por los autores de la tesis a través de los resultados obtenidos de los *focus*

group y pruebas piloto que realizaron; y las de actitud, sobre la base de estudios de otros autores. En este estudio, se concluyó que existe una relación positiva entre la actitud y el comportamiento de recompra de los clientes.

**Figura 2:** Modelo de lealtad de **Dick, A.S. y Basu, K. (1994)**



**Fuente:** <https://www.google.com.pe/search?q=Dick+y+Basu>

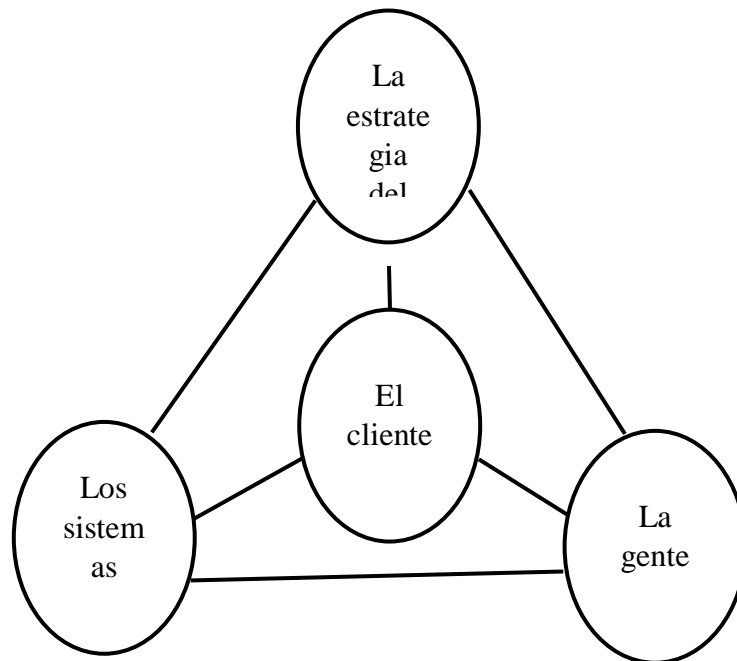
Por otro lado, para Albrecht y Zemke, los tres vértices de su “triángulo del servicio” son la estrategia de servicio, los sistemas y el personal de la empresa.

### **Triángulo de Servicio**

Es la representación de la relación vinculante entre el cliente y la empresa. El triángulo del servicio, representa los tres elementos de estrategia del servicio, gente y sistemas, los cuales giran más o menos alrededor del cliente en una interacción creativa.

Es una forma radical de incluir al cliente en la concepción del negocio.

**Figura 3:** El Triángulo del servicio



**Fuente:** Gerencia del Servicio, Karl Albrecht

### 2.2.3 Calidad en los Servicios de Atención al Cliente

Hoy en día la Calidad está en todas las organizaciones y está en continuo cambio en búsqueda de crear nuevas formas de conseguir la soñada lealtad del cliente. En lo que respecta al sector de servicios, cada cliente es distinto y su percepción es subjetiva, por ello es más difícil valorar. Según Almendáriz (2013), se entiende por servicio al conjunto de prestaciones o productos que el cliente recibe por un precio acordado. Un cliente que acude a un restaurante consume una serie de platos elaborados, servidos de acuerdo a un protocolo, y las instalaciones con infraestructura decorada y accesorios. Y define a su vez la Calidad, a la interpretación subjetiva de los productos/servicios que nos ofrecen teniendo en cuenta la información que recibimos,

los valores, la influencia del entorno, la cultura/formación y el precio que estamos dispuestos a pagar.

Las características de la Calidad en un restaurante son: Calidad subjetiva (gustos y preferencias); Calidad en función a la información recibida (predisposición a lo conocido); Calidad en función a los valores, entorno, cultura y formación; y la Calidad en función del precio. Sin embargo, existen dificultades al momento de gestionar la calidad en el rubro de servicios: (a) los servicios presentan un número mayor de características que los productos y dichas características resultan más visibles; (b) el servicio está expuesto a mayor riesgo de error por la insatisfacción del cliente; (c) cuanto mayor sea el tiempo contactado con el cliente, mayor será el riesgo de error; (d) la prestación y el consumo son simultáneos y el cliente influye en todo el proceso del servicio.

Se define al servicio como a cualquier actividad primaria o complementaria que no produce directamente un bien físico; es decir, la parte sin producto de la operación comprador/cliente y el vendedor /proveedor (Evans & Lindsay, 2008)

En el sector de restaurantes, la calidad está relacionada tanto a los elementos tangibles como intangibles.

## **2.3 Marco conceptual**

**2.3.1 El HACCP:** Es un sistema basado en el aseguramiento de la calidad, que permite a los restaurantes que lo apliquen realizar su propio autocontrol y de esta manera garanticen la seguridad alimentaria mediante la identificación de los puntos



más débiles o sensibles al riesgo sanitario y generen registros adecuados para su vigilancia.

**2.3.2 La Norma ISO 9001.** Esta pertenece al conjunto de normas de la serie ISO 9000 que involucra directrices internacionales para la gestión de la calidad. La familia de las normas ISO 9000 del año 2000 (edición utilizada actualmente) está constituida por tres documentos básicos: (a) ISO 9000: Sistemas de Gestión de la Calidad: conceptos y vocabulario; (b) ISO 9001: Sistemas de Gestión de la Calidad: requisitos; y (c) ISO 9004: Sistemas de Gestión de la Calidad: guía para llevar a cabo la mejora (López, 2011). Según ISO 9000:2000, la calidad es un conjunto de características que tiene una entidad, integrada en todos sus procesos y que le permiten generar productos que satisfagan las necesidades de los clientes. El sistema de gestión de la calidad es un conjunto de elementos relacionados mutuamente y que interactúan entre sí, de esta manera dirige controla a la organización en función de la calidad (Benzaquen et al., 2010).

### **2.3.3 La micro y pequeña empresa**

La micro y pequeña empresa constituida bajo las leyes que rigen el Perú nos dice que una MYPE es aquella unidad económica que realiza unidades de producción, extracción o brindan servicios bajo cualquiera de las formas de organización empresarial (persona natural o jurídica), ya sea en el sector servicios, manufactura o cualquier otro. También, según el Texto Único Ordenado (TUO) de la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la MYPE<sup>1</sup> nos dice que estas unidades económicas deben tener características básicas como:

**Microempresa:** De 1 hasta 10 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades impositivas Tributarias (UIT).

**Pequeña empresa:** De 10 hasta 100 trabajadores inclusive y ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 Unidades impositivas Tributarias (UIT).

Entonces, por lo descrito anteriormente una MYPE puede estar dedicada a diferentes rubros productivos en los distintos sectores de producción, en la cual es el empresario quien decide como constituirlos.

#### **2.3.4 La asociatividad**

La asociatividad puede ser usada como herramienta para que las empresas dedicadas a un sector en específico puedan en conjunto llegar a un acuerdo que los beneficie. Aunque esto implique trabajar por un mismo objetivo para ser más competitivo en un mercado mundial feroz. Surge además, por naturaleza, la necesidad de recaudar más dinero con los productos vendidos para poder crecer como empresa y que probablemente hacerlo solo tenga un grado mayor de dificultad.

#### **Definición de asociatividad**

La asociatividad se puede entender como la unión de empresas de distintos tamaños que tienen un fin en común para enfrentar dificultades derivadas del proceso de globalización.

Es decir, mediante la asociatividad es posible implementar estrategias colectivas que promuevan el desarrollo en conjunto para poder hacer frente a la insuficiencia de producción y tamaño que enfrentan.

Por otro lado, se caracteriza por surgir del acuerdo común de todas las partes involucradas para mejorar la gestión, productividad, y competitividad. La asociatividad empresarial es comprometer mediante objetivos, la identificación y metas comunes en empresas de igual o similar actividad económica, esto implica emplear esfuerzos individuales con propósitos de mejorar el nivel de desempeño empresarial que facilite la sostenibilidad y el crecimiento de las empresas, permitiéndoles mejores condiciones de competencia globalizada.

### **Características de la asociatividad**

Existen formas de asociatividad, por un lado está la asociatividad horizontal que consiste en el trabajo conjunto de empresas del mismo tamaño con un fin en común, es decir empresas pequeñas con otras de igual tamaño. También está la asociatividad vertical que consiste en el trabajo conjunto de pequeñas con grandes empresas y con otro tipo de instituciones. Por medio de la asociatividad se facilita la inversión e implementación de tecnología nueva que impulse su desarrollo.

Por otro lado, se caracteriza por ser un mecanismo de cooperación entre empresas de distintos niveles: micro, pequeña, mediana y grande, donde cada una participa, conservando su independencia y autonomía gerencial. El objetivo principal es obtener economías de escala, penetrar a mercados nuevos e incrementar el grado de competitividad de todas las unidades económicas.

### **Tipos de asociatividad**

Entre los tipos de asociatividad se tienen:

- **Cadenas Productivas:** Se realiza en base al acuerdo entre actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y

comercialización de un producto o línea de productos. Estos actores se vinculan entre sí para llevar el producto de un estado al otro, desde la producción hasta el consumo. La estructura y dinámica de todo este conjunto de actores, acciones, relaciones, transformaciones y productos es lo que se conoce como cadena productiva. También se conoce como el conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en un proceso productivo, desde la provisión de insumos y materias primas, su transformación, producción de bienes intermedios, finales y su comercialización en los mercados internos y externos, incluyendo proveedores de servicios, sector público, instituciones de asistencia técnica, así como organismos de financiamiento.

- **Clúster:** Un clúster es un grupo geográficamente denso de empresas e instituciones pertenecientes a un campo concreto, unidas por rasgos comunes y complementarios entre sí. Los clústeres adoptan varias formas y la mayoría de ellos comprenden empresas de productos o servicios finales, proveedores de materiales, servicios especializados, instituciones financieras y empresas de sectores afines.
- En los clúster también suelen integrarse empresas que constituyen eslabones posteriores de la cadena productiva, es decir, canales de distribución o clientes; fabricantes de productos complementarios; proveedores de infraestructura; las instituciones públicas y privadas (que facilitan la formación, información, investigación y apoyo técnico especializados) y los institutos de normalización.
- **Joint Venture:** La asociatividad por este medio constituye una nueva sociedad creada por dos o más empresas con personalidad jurídica independiente pero realiza una actividad empresarial supeditada a las estrategias competitivas de las

empresas propietarias. Esta forma de cooperación implica la aportación de fondos, tecnología, personal, bienes industriales, capacidad productiva o servicios.

- **Redes empresariales:** Según el programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) las redes empresariales son una modalidad de cooperación entre empresas independientes, de tamaño comparable, que producen un mismo tipo de bien y deciden agruparse para comercializarlo, adquirir insumos en conjunto, coinvertir o dotarse de servicios comunes; o por empresas que se organizan para producir en conjunto un único producto, especializándose cada una de ellas en las distintas partes y componentes del mismo.
- **Consortio:** Es un conjunto de organizaciones que se unen para desarrollar una tarea en común. El objetivo de la conjunción de esfuerzos puede ser una obra en particular o puede ser una actividad económica conjunta que se desarrollará en tiempo determinado, con o sin fecha de vencimiento predeterminada. Existen diferentes tipos de consorcio:
  - Ad hoc (a la medida), horizontales, de origen, de destino, verticales, por afinidad de canal, satelital.
  - El Art. 445 de la Ley General de Sociedades establece que el contrato de consorcio es aquél por virtud del cual dos o más personas se asocian para participar en forma activa y directa en un determinado negocio o empresa con el propósito de obtener un beneficio económico.
- **Clúster Turístico:** La unión de empresas ubicadas en una zona geográfica que trabajan en conjunto para elevar la ventaja competitiva en materia turística en una región determinada.

- **Turismo:** En el siglo XX, tal como refiere la Organización Mundial del turismo, el turismo se tomó en cuenta por el afán de tener un control de los movimientos nacionales e internacionales, creando una estadística cuya base estableció el término visitante con tres categorías: turistas, visitantes y excursionistas.
- **Visitantes:** Todas las personas que se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual por una duración inferior a 12 meses por cualquier razón excepto la de ejercer una actividad remunerada en el lugar.
- **Turistas:** Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él más de 24 horas.

## **CAPÍTULO III HIPÓTESIS**

### **3.1 Hipótesis General**

En el propósito de mejorar la calidad de servicio a los clientes, las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha cuentan con una administración bajo el enfoque de atención al cliente.

### **3.2 Hipótesis Específicas**

- Las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha con una gestión enfocada en el cliente, gozan de la preferencia de los clientes que perciben calidad de atención y servicio.
- Las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, cuya administración con aplicación de herramientas de calidad, generan un mejor desempeño y logran un mejor posicionamiento en el clúster del balneario y distrito de Yarinacocha, año 2017.

## 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 – correlacional-descriptivo. Es decir, la recolección de datos se efectuó en un solo momento, en un tiempo único.



**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; en el desarrollo de la investigación se buscó comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado.

- **No experimental**

La investigación es no experimental; dicha investigación 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, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha. De acuerdo a la información proporcionada por la Municipalidad Distrital de Yarinacocha, los registros de la Oficina Zonal de Sunat y la verificación de estos establecimientos, se determina en 27 mypes activas del rubro.

#### **4.2.2 Muestra**

Una muestra es definida como una representación significativa de las características de una población

Para determinar la muestra, nos apoyamos en la estadística, para tal efecto se utilizó la siguiente fórmula:

**Donde:**

N= Población (27 mypes del rubro)

Z = 95% (1.96) Nivel de confianza

E= 5% (0.05) Margen de error

P= 0.5 probabilidad de éxito

Q= 0.5 probabilidad de fracaso

Aplicando la fórmula en referencia, la muestra para nuestra investigación es de 25 mypes de Restaurant Turístico a seleccionar.

### 4.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores

**Tabla 1:** Definición y operacionalización de variables e indicadores

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Definición Operacional Indicadores</b>
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
		Procesos Estandarizados	- Identificó y Estandarizó sus p
		Misión, Visión, Valores	- Exhibe su misión, visión y valores.
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 S - Capacita a su p - Cuenta con pro de atención al cliente
		Atención a quejas y sugerencias.	- Calidad de Serv - Tiempo de aten

**Fuente:** Elaboración Propia

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

##### **4.4.1 Técnicas**

Se utilizó la observación y entrevistas para la obtención de los datos necesarios a la investigación.

##### **4.4.2 Instrumentos**

Para la recolección de datos, se elaboró un cuestionario estructurado contenido en una encuesta.

#### **4.5 Plan de análisis de datos**

Los datos de la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo y tabulación 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	INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS
<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><b>Objetivo general.</b> Determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector</li> </ul>	<p><b>Variable Independiente</b> Atención al cliente.</p> <p><b>Variable Dependiente</b> Gestión de calidad.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>En el propósito de captar el interés de los clientes, las mypes dedicadas a este sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha están bajo el enfoque de atención al cliente.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, cuya administración utilice las</li> </ul>	<p><b>TIPO.</b> Cuantitativo.</p> <p><b>NIVEL:</b> El nivel de la investigación es no experimental, descriptivo, correlacional.</p> <p><b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b> <b>Población:</b> Constituida por 27 mypes.</p>	<p><b>Técnica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Observación</li> <li>- Encuesta.</li> </ul> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario estructurado.</p>

<p>clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017?</p>	<p>servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, se encuentran formalizadas.</li> <li>• Determinar si las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, capacitan a su personal para que brinden mejor calidad de servicio.</li> </ul>		<p>herramientas de servicio de calidad, permitirá generar un mejor desempeño como unidad de negocio y posicionamiento en el mercado del distrito de Yarinacocha, año 2017.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las mypes del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha con gestión enfocada en el cliente, gozan de la preferencia de los clientes que encuentran calidad de atención y servicio.</li> </ul>	<p><b>Muestra:</b></p> <p>Utilizando la fórmula estadística se determinó en 25 mypes del clúster del balneario y distrito de Yarinacocha.</p>	
---	---	--	---	---	--

**Fuente:** Elaboración Propia.

#### **4.7 Principios éticos.**

Nuestra investigación ha procurado mantener presente tres principios básicos, que ayudaron para realizar de manera plena con los objetivos señalados por los sectores comerciales e industriales, y cumplirán para su desarrollo:

- Respeto por las personas,
- Equidad,
- 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

#### DATOS GENERALES:

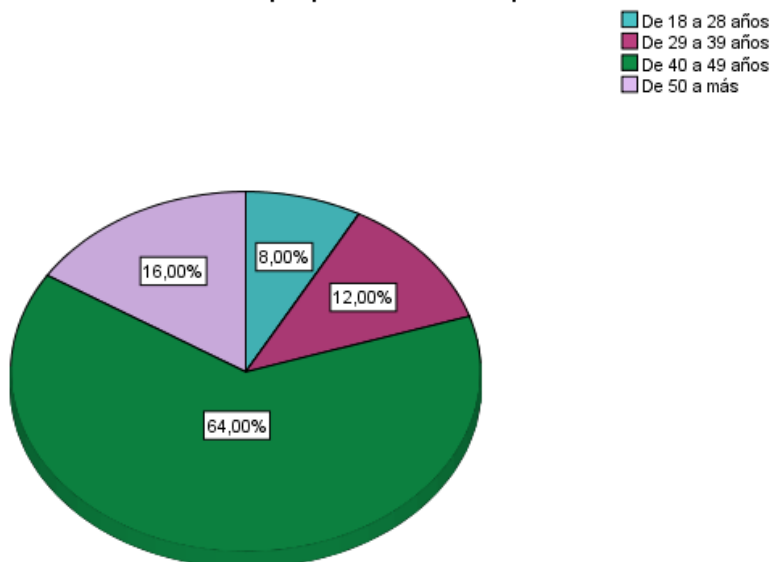
TABLA 3

		Edad del propietario de la empresa			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 28 años	2	8,0	8,0	8,0
	De 29 a 39 años	3	12,0	12,0	20,0
	De 40 a 49 años	16	64,0	64,0	84,0
	De 50 a más	4	16,0	16,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

Fuente: Según datos obtenidos en trabajo de campo

FIGURA 2

Edad del propietario de la empresa



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Según la investigación, los propietarios de las mypes, en su mayoría se encuentran en el rango de 40 a 49 años de edad (64,0%). Son personas maduras con vasta experiencia de vida y con formación ya definida.



**TABLA 4**

		<b>Sexo del propietario</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	9	36,0	36,0	36,0
	Femenino	16	64,0	64,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 3**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

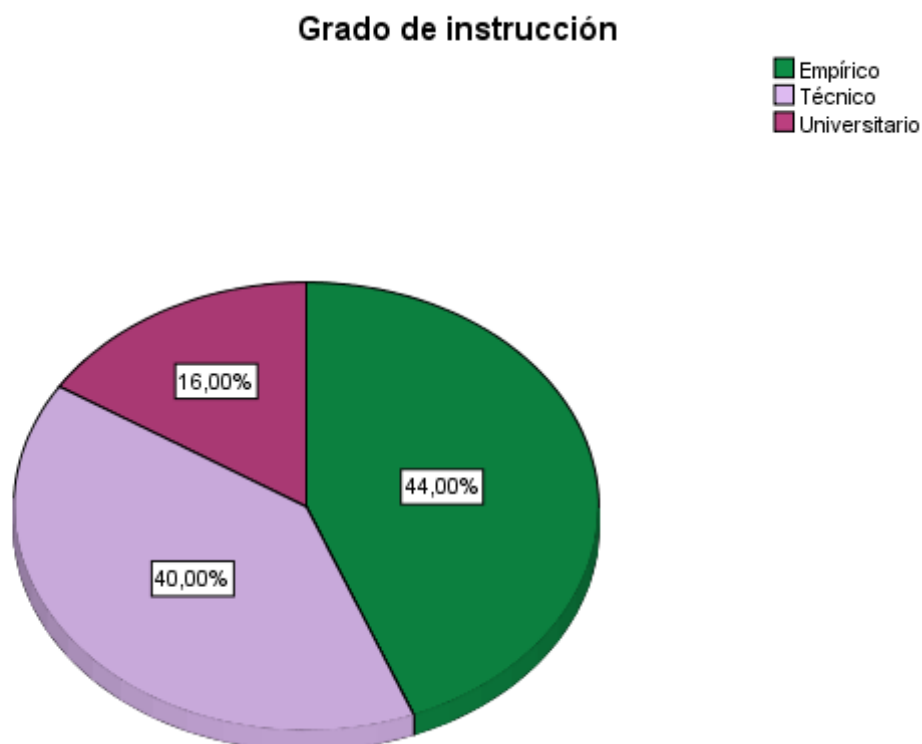
**INTERPRETACIÓN:** Según los resultados obtenidos de las mypes, el 64,0% son de sexo femenino; y 36,0% sexo masculino.

**TABLA 5**

		Grado de instrucción			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Empírico	11	44,0	44,0	44,0
	Técnico	10	40,0	40,0	84,0
	Universitario	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 4**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Según la investigación a los propietarios de las mypes, el 44,0% son “Empíricos”; 40,0% “Técnico”; y 16,0% tiene grado “universitario.” Este resultado evidencia que la mayoría tiene poca apertura a conocimientos técnicos.

**TABLA 6**

		¿Su empresa está formalizada?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	20	80,0	80,0	80,0
	Trámites en curso	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 5**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

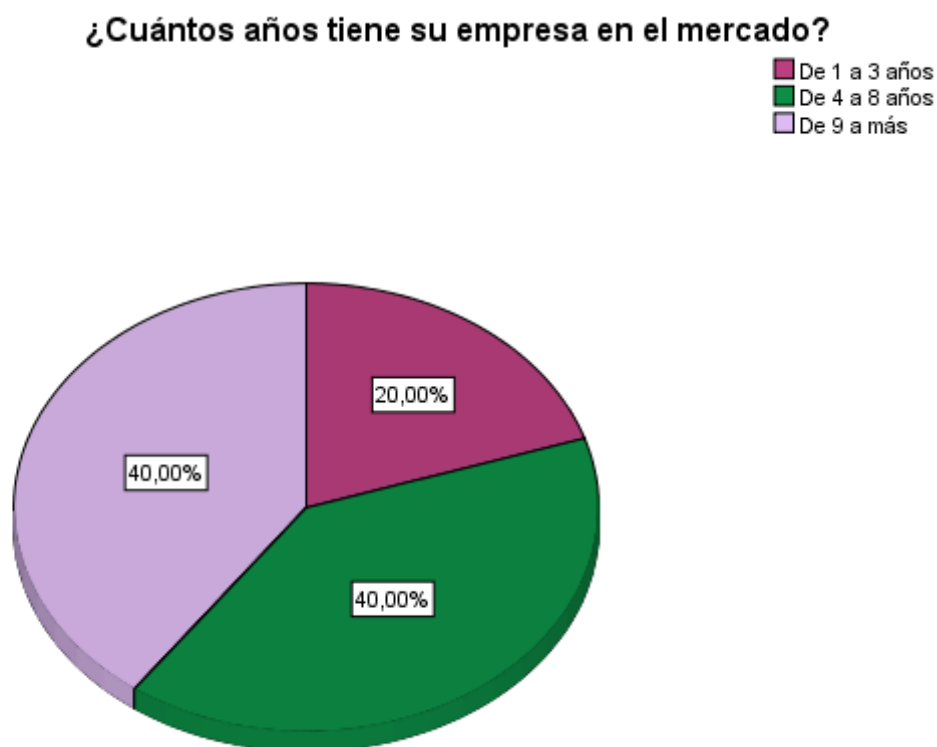
**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo a las encuestas a las mypes del sector de servicios, clúster Restaurant Turístico, son formalizados el 80,0%; y un 20,0% tiene “trámites en curso”.

**TABLA 7**

¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 3 años	5	20,0	20,0	20,0
	De 4 a 8 años	10	40,0	40,0	60,0
	De 9 a más	10	40,0	40,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 6**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Según la investigación, las mypes del rubro tienen presencia en el mercado de 4 a 8 años, (40,0%) y de 9 a más, (40,0%); de 1 a 3 años, (20,0%). Son negocios que entre competidores se conocen, inclusive.

**TABLA 8**

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 4	2	8,0	8,0	8,0
	De 5 a 8	18	72,0	72,0	80,0
	De 9 a más	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 7**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

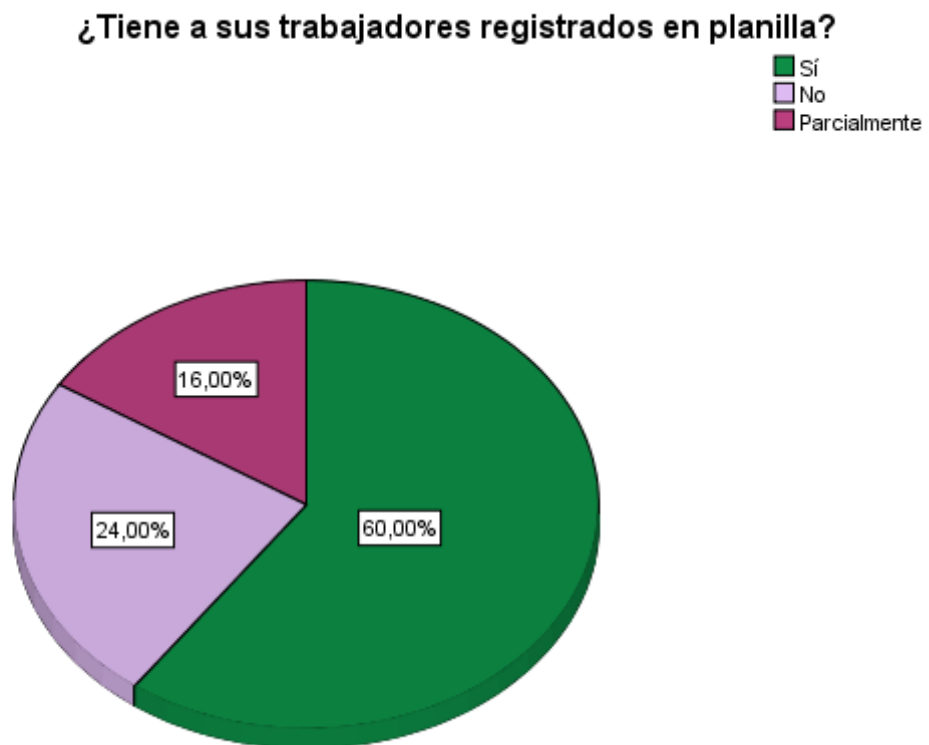
**INTERPRETACIÓN:** En su mayoría las mypes tienen de 5 de 8 trabajadores (72,0%); de 9 a más, (20,0%) y de 1 a 4,(8,0%). Constituyen fuentes de empleo.

**TABLA 9**

		<b>¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	15	60,0	60,0	60,0
	No	6	24,0	24,0	84,0
	Parcialmente	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 8**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo a las mypes encuestadas, el 60,0% tiene a sus trabajadores registrados en planilla; 24,0% no lo tienen; y un 16,0% “parcialmente”, es decir solo algunos.

**TABLA 10**

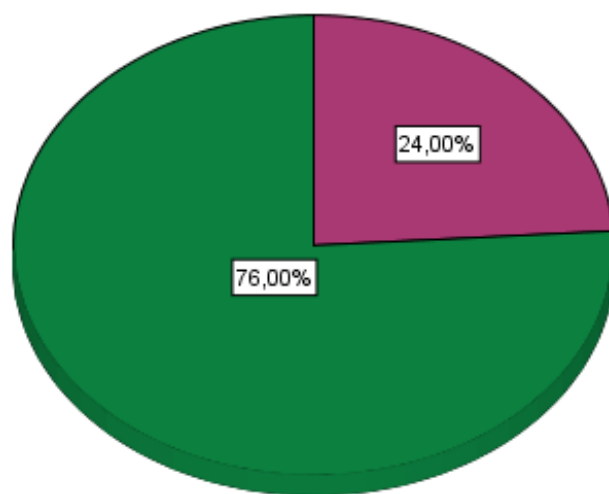
		¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	6	24,0	24,0	24,0
	No	19	76,0	76,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 9**

¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?

■ Sí  
■ No



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Según la investigación 76,0% de las mypes indica que no aplica técnicas de gestión de calidad en su administración. Este resultado da la razón porque las decisiones gerenciales no son sostenibles ni efectivas.

**TABLA 11**

¿Su empresa exhibe su misión y visión?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	8	32,0	32,0	32,0
	No	17	68,0	68,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 10**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Según la investigación, el 68,0% de los encuestados indican que no definieron la misión y visión de su empresa. Explican que se debe a desconocimiento de la importancia en una gestión.



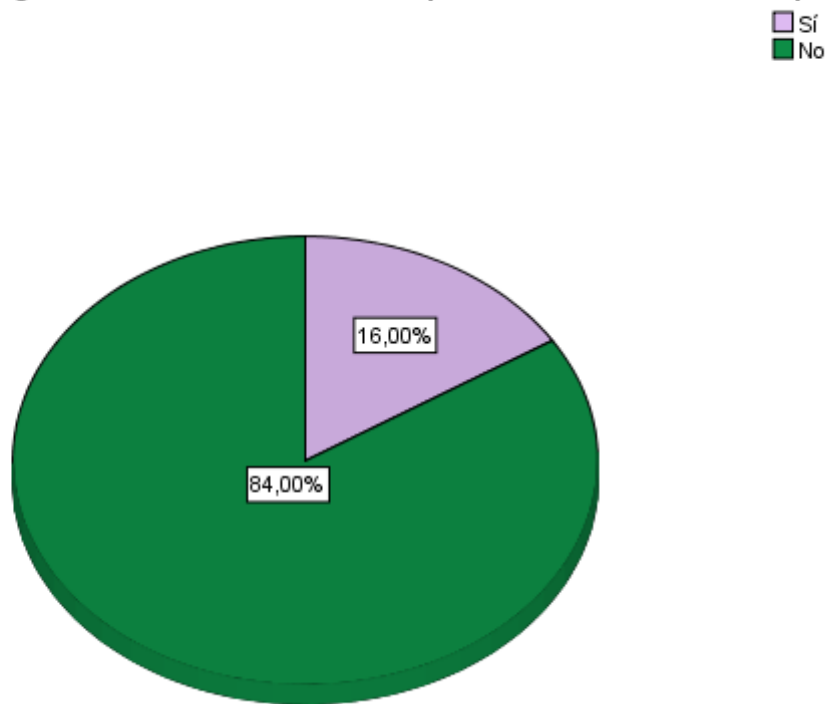
**TABLA 12**

<b>¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	16,0	16,0	16,0
	No	21	84,0	84,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 11**

**¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo a la investigación, 84,0% de las mypes encuestadas, no ha estandarizado los procesos clave del negocio porque no tiene interés o no considera importante.

**TABLA 13**

**¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	10	40,0	40,0	40,0
	No	15	60,0	60,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 12**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Mediante la investigación a los propietarios, el 60,0% no tiene definido un plan de negocios.

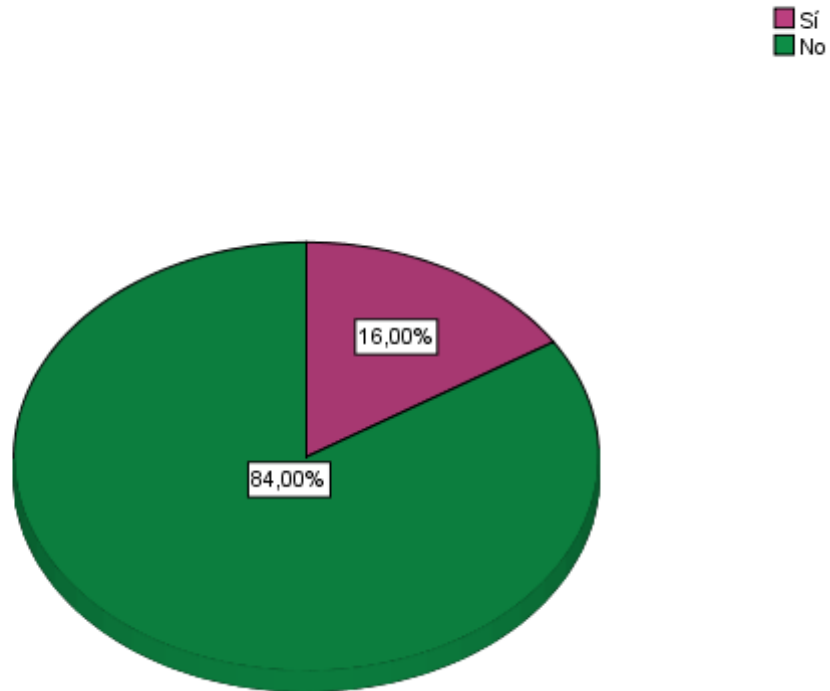
**TABLA 14**

<b>¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	16,0	16,0	16,0
	No	21	84,0	84,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 13**

**¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Según la investigación a las mypes, en su mayoría (84,0%) no aplican técnicas para la solución de problemas; un 16,0% si tiene conocimiento y lo aplica.

**TABLA 15**

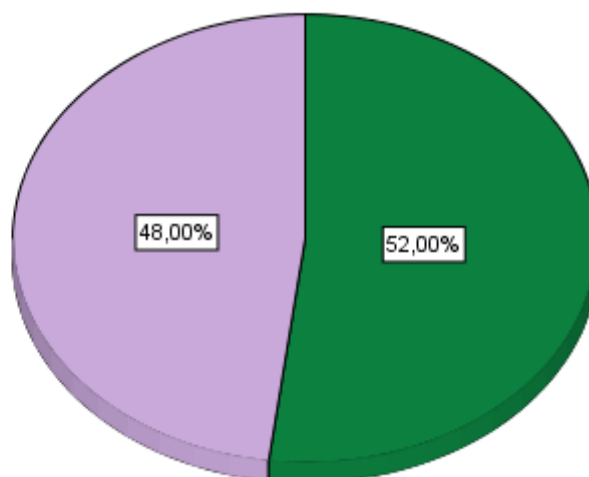
<b>¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	13	52,0	52,0	52,0
	No	12	48,0	48,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 14**

**¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?**

■ Sí  
■ No



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** En la entrevista a los propietarios, el 52,0% indicó que cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado y un 48,0% no lo necesita. Sin embargo, se evidencia falta de organización y limpieza en algunos locales.

**TABLA 16**

**¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?**

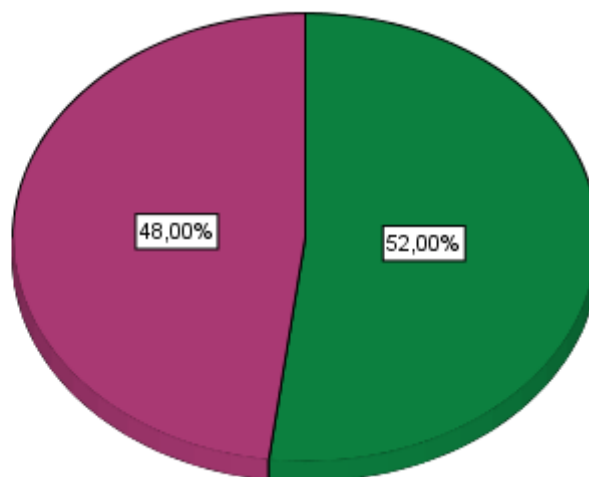
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	13	52,0	52,0	52,0
	No	12	48,0	48,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 15**

**¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?**

■ Sí  
■ No



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Según la investigación a las mypes en estudio, el 52,0% capacitó a su personal y un 48,0% no lo realizó. Este resultado explica porque el nivel de servicio en la mayoría de los restaurantes no es el esperado.

**TABLA 17**

**¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?**

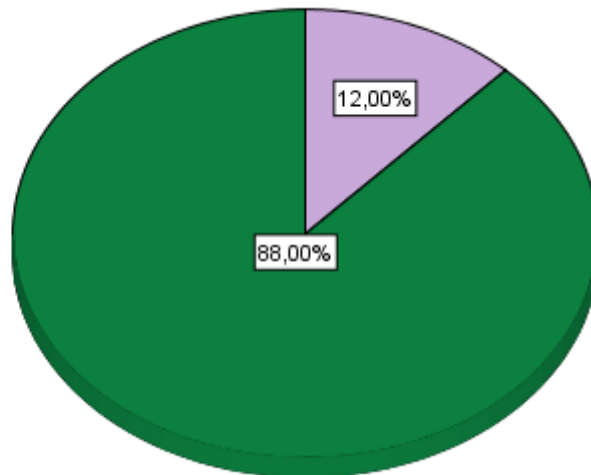
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	3	12,0	12,0	12,0
	No	22	88,0	88,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 15**

**¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?**

■ Sí  
■ No



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** De acuerdo a las mypes encuestadas, sector servicios 88,0% no practican un protocolo de atención al cliente; 12,0% si lo tienen y les ayuda a brindar una correcta bienvenida al cliente, como por ejemplo.

**TABLA 18**

¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	4	16,0	16,0	16,0
	No	21	84,0	84,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 16**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

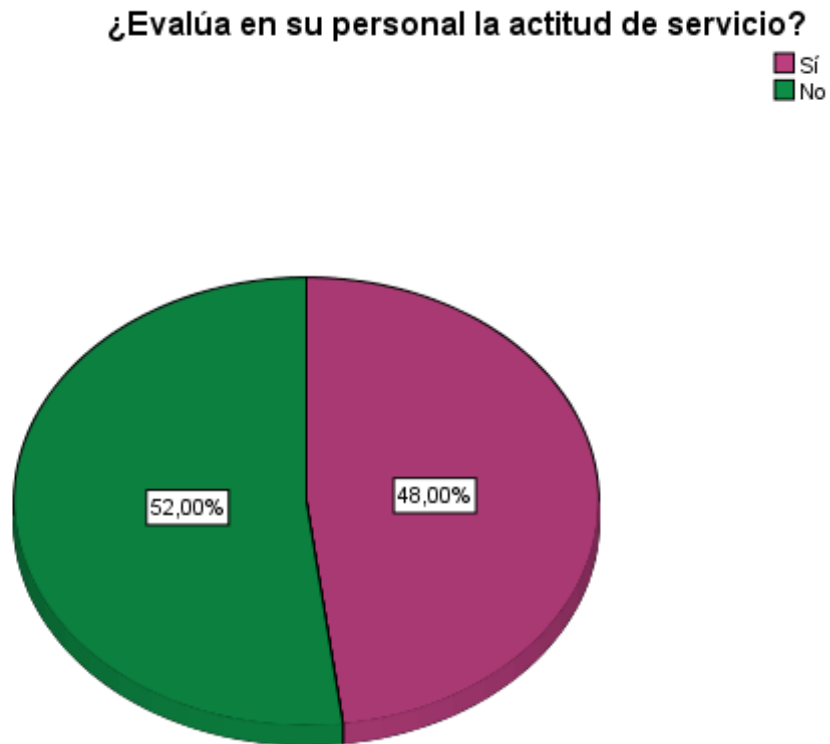
**INTERPRETACIÓN:** Mediante la investigación a las mypes, se detecta que no existe una cultura de servicio, esto se evidencia en el hecho de no brindar la importancia a las sugerencias del cliente ni atender sus reclamos (84,0%).

**TABLA 19**

¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	12	48,0	48,0	48,0
	No	13	52,0	52,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 17**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Los resultados indican que la dirección de las mypes no evalúa la actitud de servicio de su personal (52,0%). Lo cual representa un mal indicativo al no detectar esta acción contraria a los intereses de la empresa.



**TABLA 20**

¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	9	36,0	36,0	36,0
	No	16	64,0	64,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

**Fuente:** Según datos obtenidos en trabajo de campo

**FIGURA 18**



Elaboración: Ana Victoria Gaviria

**INTERPRETACIÓN:** Según la investigación, en su mayoría (64,0%) las mypes del rubro restaurant turístico no realizan una evaluación al nivel de satisfacción del cliente. Esto evidencia que la gestión no está enfocada en el cliente.

## 5.2 Análisis de resultados

Los resultados obtenidos nos refieren que los microempresarios del sector servicios, rubro Clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, necesitan capacitarse más en gestión empresarial y aprovechar el potencial que tienen, como las ventajas al componer un clúster de restaurantes.

La situación actual se caracteriza a la que se explica en la investigación de **Argueta, S.; Marquina, F.; Vásquez, Rember (2013)**, en la tesis sobre “Formación de un Clúster Turístico para lograr ventaja competitiva de la Ciudad Apastepeque, Departamento de San Vicente, El salvador; donde concluye que un clúster no funciona si de por medio en los microempresarios existe la falta de organización, falta de infraestructura por tener caminos sin pavimentar, falta de mano de obra calificada e informalidad. Lamentablemente el boulevard de Yarinacocha que mucho beneficiaría al sector turístico del distrito continuará estancado, por decisiones de orden presupuestario y político. Las vías de acceso aún continuar sin pavimentar y la polvadera que levantan los carros restan salubridad en un lugar donde se expenden alimentos.

Otro aspecto, para que funcione un clúster de negocios y se obtengan beneficios, se hace necesario la conexión entre los negocios participantes, es decir un nivel de cohesión, unión para fortalecer decisiones empresariales y comerciales y compartir prácticas que convengan a todo el clúster. En la investigación se pudo apreciar, que solo cuatro restaurantes están mejor posicionados respecto a 25 que son la población para la investigación y es porque tienen una administración que practica la mejora continua, situación que no extensiva al resto de negocios. Esta situación se caracteriza también con el estudio de **Lozano, C.; Murphy, E.; Niño, B. (2016)**, en

la tesis “Desempeño competitivo de los Clúster del Sector Turismo en el Distrito de Lambayeque” que consistió en medir el grado de cohesión y escala de un clúster sobre la base de dos criterios; integración de conocimiento y el ámbito de competencia que son factores cruciales para explicar el desempeño competitivo de los conglomerados industriales. Se arribó a las siguientes conclusiones: el nivel competitivo del sector es bajo, el nivel de conexión entre las mismas empresas del rubro es nulo, patrones de crecimiento muy lento y poca adaptación a cambios.

Profundizando en el tema de calidad, una apreciación que nos brinda el estudio realizado es que no se ha desarrollado una cultura de calidad, por lo tanto, impide que los microempresarios tengan interés en capacitarse en gerencia de calidad que sería una acertada decisión para la gestión y desarrollo del negocio al futuro, el mismo beneficio que tendría gran impacto en la calidad de atención al cliente. Hoy, está expuesto a recibir buena atención un día y otro no. No hay constancia en el servicio, por varios factores que podría muy bien superarse con la calidad.

Una experiencia ideal, es la que se menciona en el estudio de **Sánchez, G.; Erazo, A.; Casariego, M.; Encinas, R.(2015)**, en la tesis sobre “Calidad del Sector de Restaurantes en Lima Metropolitana”. La investigación se realizó con el objetivo de determinar el nivel de cumplimiento de los factores de éxito del TQM (Total Quality Management) en la gestión de calidad de los restaurantes en la ciudad de Lima. Como conclusiones se determinaron que el ingreso de negocios referentes ha generado un impulso del sector al desarrollo y competitividad; promueve la innovación, diversificación y cultura gastronómica; la generación de instituciones educativas especializadas en cocina y servicios y una mejor supervisión de entes estatales.

## CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1 Conclusiones de la investigación

- Son negocios dirigidos por microempresarios en el rango de edad de 40 a 49 años (64,0%), en su mayoría del sexo femenino y grado de instrucción empírico (44,0%).
- Están formalizados. Sin embargo en el aspecto laboral, existe un 40% de mypes que no cumple con mantener en planilla a sus trabajadores.
- Los microempresarios tienen poco interés en practicar una gestión de calidad, por tal motivo la gestión carece de aspectos técnicos.
- Existe una planificación del negocio de corto plazo, carecen de plan de negocio.
- No se aprovecha la ventaja de conformar un clúster en la zona turística de Yarinacocha con los negocios del mismo rubro.
- No existe preparación del personal para mejorar la experiencia de servicio al cliente, el servicio es variable.
- No se evalúa su desempeño del personal.
- Se aprecia un interés pleno en rentabilidad sin enfoque en el cliente. No se evalúa su nivel de satisfacción.

## **6.2 Recomendaciones**

Las recomendaciones obedecen a mejorar el servicio:

- La mype debe agenciarse de un Plan de Negocios. Ayudará a la gerencia a tener una visión del negocio y con plan de metas.
- La gerencia debe entender que satisface al cliente. Sabe que es importante, pero no identifica un plan que permita que el cliente vuelva.
- La gerencia debe conocer los alcances de una gestión de calidad. Brindará el soporte para involucrar a su organización en planes de mejorar para brindar el servicio que esperan sus clientes.
- Potenciar los beneficios de un clúster.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzales, T. (2006). Gestion de la calidad, conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Empresa Sonsoles Sáez Sánchez. (Marzo de 2003). Protección Personal. Ropa de Protección. Recuperado el 01 de Agosto de 2017, de Protección Personal. Ropa de Protección:  
[http://www.enfermeriasalamanca.com/TRABAJOS\\_SALUD\\_LABORAL/SEGURIDAD/PROTECCION\\_INDIVIDUAL.PDF](http://www.enfermeriasalamanca.com/TRABAJOS_SALUD_LABORAL/SEGURIDAD/PROTECCION_INDIVIDUAL.PDF)
- 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>
- Gonzales, A. C. (18 de Marzo de 2007). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis:  
<https://www.gestipolis.com/14-puntos-de-la-calidad-segun-edwards-deming/>
- 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.
- Planeta-De Agostini S.A. . (2001). Diccionario Básico de la Lengua Española (Vol. II). Barcelona: Planeta-De Agostini S.A.

Planeta-De Agostini, S.A. (2001). Diccionario Básico de la Lengua Española (Vol. I). Barcelona: Planeta-De Agostini, S.A.

Rafael, J. M. (21 de Agosto de 2009). Qualitytrends. Obtenido de Qualitytrends:  
<http://qualitytrends.squalitas.com/index.php/item/108-sistemas-de-gestion-de-la-calidad-un-camino-hacia-la-satisfaccion-del-cliente-parte-i>

Rafael, J. M. (3 de Marzo de 2010). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis:  
<https://www.gestipolis.com/sistemas-gestion-calidad/>

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

## ANEXOS

### 1. Presupuesto

Para la realización del presente proyecto e informe final de investigación, se necesitará de un presupuesto que asciende a S/. 6,912.00, cubiertos con recursos propios.

**Tabla N 21**

			<b>TOTAL S/.</b>	<b>6,912.00</b>
<b>Cant.</b>	<b>Unidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo</b>
	<b>Medida</b>		<b>Unitario</b>	<b>Total (S/.)</b>
		<b>Planificación de la Ejecución</b>		<b>1,800.00</b>
		<b>Alimentos de Personas</b>		420.00
35	Raciones	Alimentación para investigadores y colaboradores	12.00	420.00
		<b>Bienes de Consumo</b>		<b>4,320.00</b>
1	Unidad	Computadora LG	3,500.00	3,500.00
1	Unidad	Impresora a color CANON	750.00	750.00
2	Unidad	Tinta para impresora	10.00	20.00
2	Unidad	Memoria USB de 16 gigas	25.00	50.00
		<b>Materiales de Escritorio</b>		<b>172.00</b>
1	Millares	Papel bond A-4	18.00	18.00
1	Ciento	Folder tamaño A4	8.00	8.00
1	Ciento	Sobre Manila Tamaño A4	8.00	8.00
1	Unidad	Perforador	12.00	12.00
1	Caja	Grapas	5.00	5.00
2	Caja	Saca grapas	3.00	6.00
3	Caja	Clips	4.00	12.00
1	Unidad	Archivador de palanca	15.00	15.00
1	Caja	Lapiceros color azul	22.00	22.00
1	Caja	Lapiceros color negra	22.00	22.00
1	Caja	Lapiz	6.00	6.00
2	Unidad	Tajador de mesa	5.00	10.00
2	Unidad	Corrector Liquido	10.00	20.00
2	Unidad	Borrador	4.00	8.00
		<b>Pasajes y Gastos de Transportes</b>		
40	Pasajes	Movilidad local ida y vuelta a las instituciones Publicas y puntos de investigación	5.00	200.00

**Fuente:** Elaboración Propia



## 2. Cronograma de Actividades

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

**Tabla 22**

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 Propia.

### 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, Sector Servicios, Clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha, 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 en curso ( )

**5. ¿Cuántos años tiene su empresa en el mercado?**

De 1 a 3 años ( )

De 4 a 8 años ( )

De 9 a más ( )

**6. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?**

De 1 a 4 ( ) De 5 a 8 ( ) De 9 a más ( )

**7. ¿Tiene a sus trabajadores registrados en planilla?**

a) Si ( )

b) No ( )

c) Parcialmente ( )

**C. GESTIÓN EN ATENCIÓN AL CLIENTE**

**8. ¿La administración aplica técnicas de gestión de calidad?**

Si ( ) No ( )

**9. ¿Su empresa exhibe su misión y visión?**

Si ( ) No ( )

**10. ¿Se han estandarizado los procesos clave de la empresa?**

Si ( ) No ( )

**11. ¿Su empresa tiene definido un plan de negocios?**

Si ( ) No ( )

**12. ¿Se aplica técnicas para la solución de problemas?**

Si ( ) No ( )

**13. ¿Cuenta con la infraestructura para brindar el servicio esperado?**

Si ( ) No ( )

**14. ¿Capacita al personal para asegurar la eficacia en el servicio?**

Si ( ) No ( )

**15. ¿Se tiene establecido un protocolo de atención al cliente?**

Si ( ) No ( )

**16. ¿Recoge sugerencias y atiende reclamos del cliente?**

Si ( )            No ( )

**17. ¿Evalúa en su personal la actitud de servicio?**

Si ( )            No ( )

**18. ¿Evalúa el nivel de satisfacción del cliente?**

Si ( )            No ( )

Pucallpa, enero de 2018