



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL SECTOR
SERVICIO RUBRO, RESTAURANTES, JR. LADISLAO
ESPINAR CDRA. 3, CIUDAD DE CHIMBOTE, 2016

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

AUTOR:

Br. CARLOS ALBERTO FIGUEROA RODRÍGUEZ

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2018

JURADO EVALUADOR

Dr. José Germán Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios, por guiarme por el camino de la felicidad y por darme la sabiduría para afrontar los problemas que se presenten y salir victorioso

A mi familia por ser mi apoyo incondicional, por ayudarme a llegar hasta donde llegue, motivándome en mi formación académica y creer en mí en todo momento.

A los docentes a quienes les debo mis conocimientos gracias por la enseñanza y la paciencia, con la finalidad de ser un gran profesional.

DEDICATORIA

A Dios por guiarme por el buen camino, por estar conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar y no desmayar en los problemas que se presentaban.

A mi madre, Manuela Rodríguez quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, brindándome su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar un solo momento en mi capacidad.

A mi asesor, por haberme enseñado con dedicación y esmero, por impartirme valiosos conocimientos, los cuales me ayudaron en gran medida a la elaboración de mi informe de tesis.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una muestra de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 62,5% son de género masculino. El 62,5% tiene grado de instrucción superior universitaria. El 62,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años. El 50,0% cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores. El 75,0% tiene a personas no familiares laborando. El 62,5% de los representantes conocen el término Gestión de calidad. El 75.0% miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 100,0% conocen el termino atención al cliente. El 62.5% utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente. El 50.0% consideran como factor importante en el servicio son las instalaciones. El 87.5% consideran que la atención que brindan es buena. El 62.5% ha logrado obtener clientes más satisfechos. Conclusión. La mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en atención al cliente, para ello utilizan la confianza como herramienta para mejorar el grado de satisfacción del cliente.

Palabras clave: Gestión de calidad, Atención al cliente, Micro empresa, Pequeñas empresas.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of Quality Management in customer service in the micro and small companies in the sector, food service, restaurants, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, city of Chimbote, 2016. The research was of a non-experimental design - transversal for the collection of the information was chosen in a directed manner, a sample of 8 micro and small companies, to which a questionnaire of 22 questions was applied, obtaining The following results. 50.0% of the representatives are between 31 to 50 years of age. 62.5% are male. 62.5% have a higher university education degree. 62.5% of the Micro and small companies have in the field more than 7 years. 50.0% have an average of 6 to 10 workers. 75.0% have non-family members working. 62.5% of the representatives know the term Quality management. 75.0% measure the performance of the staff through observation. 100.0% know the term customer service. 62.5% use trust as a tool for customer service. The 50.0% considered as an important factor in the service are the facilities. 87.5% consider that the attention they provide is good. 62.5% have managed to obtain more satisfied customers. Conclusion. Most of the micro and small companies apply quality management in customer service, for this they use trust as a tool to improve the degree of customer satisfaction.

Keywords: Quality management, Customer service, Micro company, Small businesses.

CONTENIDO

1. Título	i
2. Firma del Jurado Evaluador	ii
3. Agradecimiento	iii
4. Dedicatoria	iv
5. Resumen	v
6. Abstract	vi
7. Contenido.....	vii
8. Índice de Tablas y Figuras	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	4
2.1 Antecedentes	4
2.2 Bases teóricas	9
2.3 Marco conceptual.....	20
III. HIPÓTESIS.....	22
IV. METODOLOGÍA	23
4.1 Diseño de la investigación	23
4.2 Población y muestra.....	23
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores.....	24
4.4 Técnicas e instrumentos	28
4.5 Plan de análisis.....	29
4.6 Matriz de consistencia.....	30
4.7 Principios éticos	32
V RESULTADOS.....	33
5.1 Resultados	33
5.2 Análisis de resultados.....	38
VI. CONCLUSIONES	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	47
ANEXOS	49

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

	Pág.
Tabla 1. Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.	33
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016	34
Tabla 3. Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016	35
Figuras:	
Figura 1. Edad.....	56
Figura 2. Genero	56
Figura 3. Grado de instrucción.....	57
Figura 4. Cargo	57
Figura 5. Tiempo en el Cargo.....	58
Figura 6. Años en el rubro	58
Figura 7. N° de trabajadores en la empresa	59
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa.....	59
Figura 9. Objetivo de la empresa	60
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad	60
Figura 11. Técnicas de gestión que aplica.....	61
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad	61
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	62
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento.....	62
Figura 15. Termino atención al cliente	63

Figura 16. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda	63
Figura 17. Atención al cliente es fundamental para que éste regrese	64
Figura 18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	64
Figura 19. Factores de calidad al servicio.....	65
Figura 20. La atención que brinda al cliente es:	65
Figura 21. Porque considera que se está dando una mala atención	66
Figura 22. Resultados de una buena atención	66

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial las micro y pequeñas empresas son sumamente importantes pues contribuyen al desarrollo de los países, ya que, al mejorar las fuentes de empleo, son muchas las familias beneficiadas, sin embargo, cabe decir que en su mayoría no sobrevive, debido a que sus procesos, no incluyen la técnica de la atención al cliente, por este motivo los clientes quedan poco satisfechos, dando lugar a que recurran a la competencia, pero este problema se da en todas partes del mundo.

En el caso de España las micro y pequeñas empresas, contribuyen a la generación de empleos y reducción de los índices de pobreza, pero en la mayoría de casos estas empresas fracasan debido a que no aplican en su gestión, la atención al cliente, del mismo modo dejan que sus productos y servicios se estanquen, y con el tiempo se ven superados por soluciones propuestas por empresas más innovadoras, por lo que es necesario buscar una mejora continua en los procesos de servicio. (Mata, 2016)

En España no cabe duda que las micro y pequeñas empresas no son innovadoras en cuanto al servicio o producto que brinda, por ello es que se ven superados por la competencia, de manera similar las micro y pequeñas empresas en el Perú, se ven afectadas, porque los dueños en su mayoría no tienen mente de superación, por lo cual siguen ofreciendo los mismos servicios sin mostrar ningún tipo de cambio o innovación.

Por otro lado en México 75% de las micro y pequeñas empresas quiebran luego del segundo año de existencia, una de las causas principales, es que existe una deficiencia en cuanto a la aplicación de la gestión de calidad en atención al cliente, en este sentido se observa que existe falta de indicadores u objetivos del negocio 48%, planeación deficiente con 44 % y problemas en la ejecución o fallas en la hipótesis de negocio y oportunidades de mercado con el 43%, por este motivo es que no se está dando una buena atención al cliente, por lo que los productos y servicios no cumplen con los estándares de calidad. (López, 2016)

En México las micro y pequeñas empresas no elaboran objetivos encaminados a la atención al cliente, por lo cual no pueden crear sus estrategias y acciones para conseguir las metas de la empresa, del mismo modo en el Perú las micro y pequeñas

empresas no plantean objetivos, y ven sus metas solo en sus ganancias diarias, por ello no pueden seguir mejorando la calidad de sus servicios.

Por otra parte, en el Perú, las micro y pequeñas empresas, generan abundantes fuentes de empleo y a su vez mejoran los ingresos del país, pero en la mayoría de casos estas llegan a fracasar por problemas de Gestión de calidad en atención al cliente, del mismo modo estas empresas no cuentan con una visión del mercado, falta de costeo en sus operaciones, falta de competitividad, todos estos problemas reducen los buenos resultados en el servicio y producto que brindan hacia su público objetivo. (Velásquez, 2017)

En resumen, el emprendedor peruano, al crear su propia fuente de empleo, no cuenta con una visión ni misión, claro, por lo cual pocos son los que sobreviven, es decir al no contar con una dirección, objetivos ni estrategias, por lo tanto no podrán lograr el éxito, del mismo modo es necesario que los emprendedores tengan mente positiva, perseverante e innovadora para crear buena estrategias enfocada a la atención al cliente.

En Ancash las micro y pequeñas empresas son innovadoras, pues los trabajadores cuentan con ese espíritu empresarial, del mismo modo se puede decir que la competencia es muy dura, y hace falta del uso de las técnicas modernas de gestión, no obstante los emprendedores apenas cuentan con conocimientos empíricos sobre gestión, por ello no mejorar la calidad de sus servicios o productos, por ende es necesario que las autoridades políticas tomen cartas en el asunto y apoyan al desarrollo de las micro y pequeñas empresas.

En el distrito de Chimbote, con respecto a los establecimientos dedicados al sector servicio rubro restaurantes se encuentra que brindan una atención deficiente, debido a que no aplican gestión de calidad en los procesos de servicios, del mismo modo los gerentes son personas empíricas y porqué los encargados de la atención al cliente muestran acciones negativas como lo son demora en la atención, lentitud en el servicio, desconocimiento de precios, desconocimiento de los potajes que ofrece, así también como la baja calidad de los productos, carencia de los productos, generado incomodidad y descontento en los clientes. Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema

de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, y determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. El presente trabajo de investigación se justifica, porque permite conocer las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016; es decir conocer las principales características del rubro, de sus representantes y de la variable gestión de calidad en atención al cliente. Del mismo modo esta investigación dará a conocer que errores o dificultades tienen las micro y pequeñas empresas, y de qué manera se pueden solucionar, es decir se apoyara a la sociedad empresarial, para que tomen medidas con respecto a la gestión que aplican, utilizando la herramienta de atención al cliente Por ultimo servirá como antecedentes para todas las Universidades de la carrera de Administración de empresas, para que esta pueda observar si la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, ha mejorado o disminuyo en los últimos años.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Baca (2014) en su tesis titulada: “*Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*”. Se planteó el siguiente Objetivo general: determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes, de la urbanización los Héroes del Distrito de Nuevo Chimbote, 2014, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 50% de los representantes, tienen edad entre 18 a 30 años. El 50% son de género masculino. El 71% tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 75% son los dueños. El 37,5% tienen más de 7 años en permanencia en el rubro. El 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores. El 100 % tiene como objetivo maximizar ganancias. El 100% no tienen conocimientos de técnicas de Gestión. El 100% aplican liderazgo en su gestión. El 75 % aplican el liderazgo democrático. El 100 % no sigue un plan de negocios estratégicos. El 100% percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayudaría a lograr objetivos. El 100% ha obtenido como resultados ofertar productos de mayor y mejor calidad. *Conclusiones:* La totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo democrático, por otra parte en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos. Finalmente la mayoría que aplicó gestión de calidad, obtuvo buenos resultados ofertado productos de mejor calidad. Por lo tanto se puede decir que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término. Se concluyó que la totalidad tiene como finalidad maximizar ganancias, para poder apoyar a sus familias, la mayoría tiene una permanencia en el rubro de 7 años, esto les ha permitido posicionarse mejor , así mismo en su mayoría cuentan entre 1 a 3 trabajadores, personal suficiente, ya que no cuentan con mayores recursos para reclutar más personal. Se concluyó que la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son jóvenes, ya que tienen una edad que oscila entre 18 a 30 años, cuentan con experiencia significativa en el rubro, la mayoría son de género masculino, son ellos los emprendedores de sus negocios y cuentan con estudios superiores no universitarios, que les ha facilitado de alguna manera

tener mayor conocimiento, creatividad y visión por el emprendimiento, finalmente son dueños propios.

Flores (2016) en su tesis titulada: “*Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016*”. Tuvo como objetivo general: Determinar la influencia de la Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Jirón José Balta del Distrito de Chimbote, 2016, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de 48 a 62 años. El 50% son de género femenino. El 75% tienen grado de instrucción superior técnico. El 100% de los encuestados no cuenta con un plan de marketing. El 100% de los encuestados aseguran que la Mype tiene de 5 a 10 años de funcionamiento. El 75% tienen de 0 a 3 trabajadores. El 75% casi siempre se traza una visión para la empresa. El 75% casi siempre se traza objetivos de corto y mediano plazo. El 75% a veces si a veces no analiza el mercado permanentemente. El 50% casi siempre utiliza estrategias de ventas. El 75% asegura que sus colaboradores a veces si a veces no están comprometidos con las estrategias que se implementa. El 75% asegura que nunca capacita y motiva a sus colaboradores. El 50% asegura que a veces si a veces no se comunica con el cliente. El 75% asegura que el servicio siempre cumple con los estándares de calidad. El 75% no ha implementado el servicio de delivery. El 50% utiliza los medios físicos como gigantografías y volantes para llegar al cliente. El 75% indica que un poco de los clientes de la competencia han sido sus clientes. *Conclusión:* La mayoría (el 75%) de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del Jirón José Balta del Distrito de Chimbote, 2016, están siendo dirigidas por personas adultas de 48 a 62 años (Tabla 01), (50%) del género femenino (Tabla 02), (75%) tienen grado de instrucción superior técnico (Tabla 03). La totalidad (el 100%) de las micro y pequeñas empresas en estudio no cuentan con un plan de marketing (Tabla 06) y la mayoría (el 75%) a veces analizan el mercado (Tabla 09), pero (50%) si utilizan estrategias de ventas para poder atraer a los clientes a sus empresas (Tabla 10) y (50%) utiliza las gigantografías para dar a conocer las pollerías al público en general (Tabla 22). Los representantes de las microempresas en estudio mencionan que no han diseñado un plan de marketing en un

documento formal eso no quiere decir que no realizan marketing porque si lo hacen dado que utilizan estrategias para vender y realizan publicidad a través de gigantografías para dar a conocer los productos, ubicación y horarios de atención de sus establecimientos.

Hernández (2014) en su tesis titulada. “*Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresa del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014*”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad, el marketing y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresa del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 40% de los gerentes y /o administradores de las MYPES encuestadas tienen una edad entre los 30 y 40 años. El 66.67% de los gerentes y/o administradores de las MYPES son de sexo femenino. El 53.33% de los de los gerentes y/o administradores de las MYPES encuestadas tienen solo secundaria completa. El 66.67% de las MYPES encuestadas si realizan capacitaciones orientadas a la mejora del servicio. El 53.33% de las MYPES encuestadas piensa que es responsabilidad de la empresa. El 53.33% de las MYPES encuestadas piensa que es responsabilidad de la empresa. El 60% de las MYPES encuestadas indican que no mantienen una política de salud e higiene en el trabajo. El 86.67% de las MYPES encuestadas si están certificadas por la ISO 9001, el 75% indican que el precio es accesible. El 62.5% (50) de los clientes encuestados indican que la calidad es buena. El 75% de los clientes encuestados indican que la atención es buena. El 62.5% de los clientes encuestados indican que el tiempo de espera fue normal. El 75% de los clientes encuestados indican que la calidad fue buena. El 25% de los clientes encuestados indican que es el precio. El 50% de los clientes encuestados indican que la evolución es buena.

Conclusiones: La mayoría de los Gerentes y/o Administradores cuentan con estudios secundarios completos y cuentan con estudios primarios; esto significa una gran desventaja para el negocio ya que el mayor porcentaje de Gerentes y/o Administradores cuenta con estudios secundarios completos. Una problemática muy marcada en el rubro de la competitividad. El de las MYPES es una amenaza muy fuerte que existe una gran posibilidad de que nuevos restaurantes traten de imitar las características, junto con la debilidad de que el local no se encuentra ubicado en un lugar propio. Otro punto muy importante es que el 67% de los restaurantes aplican la innovación tecnológica, un 20%

opta por una innovación social lo cual es una forma para aumentar su competitividad en el rubro.

Atravero (2015) en su tesis titulada: “*Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015*”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015. El 60% son del género femenino. El 60% tienen una edad entre 18 y 30 años de edad. El 80% tiene un grado instrucción superior y universitaria. El 70% de los representantes tiene de uno a dos años en actividad. El 90% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores. El 100% de las Mypes encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO. El 100% de los encuestados no aplica gestión de calidad. El 70% ponen en práctica otras técnicas de gestión en lo que se refiere a temas de mejora continua. El 60% no realiza capacitaciones orientadas al servicio. *Conclusiones:* La mayoría (60%) de los representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha, son del género femenino, la mayoría absoluta tienen la edad entre 18 a 30 años, la mayoría absoluta tiene el grado de instrucción superior y universitaria y la mayoría absoluta cuenta con una antigüedad de 2 años en el rubro. La mayoría absoluta de las micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha están formalizadas, la mayoría absoluta se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores, pero en su mayoría relativa mantienen a sus trabajadores en condición formales. La totalidad de empresarios del sector servicio rubro restaurantes de Yarinacocha, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, ni aplica la gestión de calidad, pero la mayoría aplican otras técnicas gestión de calidad, la mayoría absoluta no realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa tienen prioridad de calidad del producto ante sus proveedores.

Campos (2015) en su tesis titulada: “*Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015*”. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del

asentamiento humano la primavera castilla, 2015, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 62% de las personas encuestadas eran los administradores de la empresa. El 62% de las empresas iniciaron su negocio hace más de tres años, el 62 % de las empresas cuenta con menos de cinco operarios. El 38 % de las mypes encuestadas algunas veces definen los objetivos de la empresa, el 39% de las empresas casi siempre han definido la misión, visión y valores de la organización, el 39% de las organizaciones algunas veces comunican la misión, visión y valores de la organización, 38% casi siempre aplica métodos de mejora en sus procesos, el 46 % casi siempre hace uso de la documentación necesaria para la planificación, operación y control de procesos, el 69% de los encargados de administrar las mypes manifestaron que se consideraban líderes participativos. *Conclusiones.* En cuanto a la aplicación de la gestión de calidad en las mype del sector servicio –rubro pilado de arroz de la provincia de Sullana año 2014. Podemos describir que los planes estratégicos basados en la misión, visión, valores de la organización y objetivos de la empresa no están bien definidos en algunas organizaciones. La motivación hacia los trabajadores de las mype no son las adecuadas, puesto sólo lo hacen en pos de mejora de la productividad sin tener en cuenta de la mejora anímica del trabajador. Finalmente se describe que el tipo de liderazgo que ejercen los directivos es participativo, siendo recomendable el liderazgo autocrático.

Ríos (2014) en su investigación titulada: *“Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014.* Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad y la satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014, y se obtuvieron los siguientes resultados. El 65% son de género masculino. el 35% tiene entre 35 a 44 años de edad. el 60% tiene grado de instrucción superior universitaria completa. El 50% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 5 a 7 años en el rubro. El 50% considera que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda, es la buena atención. El 85% creen que la gestión de calidad es importante para la organización. El 75% consideran que la calidad es uno de los factores principales para generar utilidad. El 80% que los clientes se sienten satisfechos por el servicio brindado. El 85% dijeron

que si consideran que el servicio que brindan es de calidad. El 80% de los respondieron que la materia prima es de calidad y está en óptimas condiciones para su consumo. *Conclusiones:* En cuanto a los gerentes de mas Mypes: Del estudio realizado se concluye que los representantes legales o gerentes del rubro restaurantes encuestados en el distrito de huanchaco, tiene entre la edad de los 35 a 44 años de edad, que se representa en un 35%, el 65% de los gerentes encuestados son de sexo masculino, su grado de instrucción es de superior universitaria completa. Lo cual se representa en un 60%. En cuanto a las principales características de las Mypes; el tiempo que tiene en el sector servicios, es de 5 a 7 años, son formales y el motivo por el que se formó la empresa es para generar ingresos para solventar los gastos familiares, que se representa en un 45%. 3. En cuanto a la gestión de calidad, los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes en el distrito de Huanchaco , afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención; consideran que la calidad es importante para la organización y consideran la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad.

2.2 Bases teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

Es muy importante destacar que las micro y pequeñas empresas, son el mayor sustento económico de muchas familias que carecen de una buena salud financiera, por ello se debe conocer que son estas micro y pequeñas empresas, de acuerdo con la Ley n° 28015, (2003). “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, el cual nos menciona en su artículo n° 2 que las micro y pequeñas empresas “es 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”. (p. 2)

Se puede decir que actualmente las micro y pequeñas empresas son formadas para sobrevivir y aunque algunos han logrado el éxito son muchos los que fracasan, por ello

el Estado crea leyes a favor de estas empresas, por lo cual las que decidan formalizarse tendrán mayores beneficios.

Características de la ley MIPYME N° 30056 (2013)

Otro punto importante es destacar que la labor del estado no está siendo la más correcta, pues, aunque se creó una nueva Ley, no se está brindando los conocimientos necesarios a las micro y pequeñas empresas, no obstante, es importante mencionar de que trata esta nueva la Ley n° 30056, (2013), en su artículo n° 5 nos menciona que las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales:

- Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.
- Pequeña empresa: Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta un monto máximo de 2300 UIT. (Artículo, n°5)

Esta Ley genera muchos beneficios hacia las micro y pequeñas empresas y la principal es que mejora la estructura productiva, es así donde el dueño puede decidir si requiere aumentar su personal, y si en caso este realiza programas de capacitación, se reducirá en 1% el pago de sus impuestos.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Por lo expresado cabe decir que las micro y pequeñas empresas son importantes para el desarrollo del Perú, de acuerdo con el Ministerio de Trabajo, (2013), las MYPES brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Constituyen, pues, el principal motor de desarrollo del Perú, su importancia se basa en que:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo.
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.
- Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.
- Mejoran la distribución del ingreso.

En pocas palabras las micro y pequeñas empresas, reducen la pobreza gracias que se generan muchas fuentes de empleo, pero para mejorar aún más el desarrollo del país, se necesita que estas se formalicen, no obstante, existen una gran parte de la población que desconocen los trámites para formalizarse.

Gestión empresarial

Otro punto importante que se necesita aclarar es que las micro y pequeñas empresas necesita de gerentes o dueños que gestionen adecuadamente sus recursos, por lo cual Rodríguez, (s.f) procede a definir gestión empresarial como:

Conjunto de procesos y acciones que se ejecutan sobre uno o más recursos para el cumplimiento de la estrategia de una empresa u organización, a través de un ciclo sistémico y continuo, determinado por las funciones básicas de planificación, organización, dirección o mando y control.

La gestión empresarial, requiere de mucho compromiso por parte de los dueños de las micro y pequeñas empresas, se puede decir que hoy en día estos negocios no aplican correctamente esta herramienta, por ello no son eficiente en el uso de os recursos.

Gestión de calidad

En relación con lo anterior, conforme pasaron los años, se hizo muy popular la palabra gestión de calidad, que se refiere al uso de las técnicas modernas para la toma de decisiones de acuerdo con Peña, (2017), nos menciona que:

En la actualidad no existe un producto que no se describa así mismo como de alta calidad porque las organizaciones saben que esta es una especificación que buscan los clientes, en este sentido la calidad no es sólo tener un producto terminado de forma eficiente, lo que hay detrás de todo esto es una gestión de calidad total. Se habla del conjunto de una buena organización en todos los procesos de producción, además de establecer una cultura empresarial de mejora continua. (párr. 3)

En pocas palabras las herramientas de gestión, mejoran considerablemente la satisfacción de los clientes internos como externos, debido a que las técnicas se crearon para ello, es decir de un enfoque al cliente, en este sentido es importante que las micro y pequeñas empresas mejoren sus procesos a través de la gestión de calidad, puesto que si no lo hacen no lograrán ser competitivas.

Objetivos de un proceso de mejora continúa

En relación con lo señalado, el proceso de mejora continua es parte de la gestión de calidad y su implementación en las organizaciones es de suma importancia, en las empresas restauranteras que buscan un proceso de mejora continua Franco, (2014), nos menciona que:

Normar el diario actuar de los integrantes del restaurante con el fin de brindar un mejor servicio a sus cliente, optimizando los recursos disponibles. Alcance: todas las actividades que se desarrollan dentro del restaurante. Plan:

- Definir a los clientes y las expectativas del restaurante, con el fin de desarrollar estrategias enfocadas a satisfacer sus necesidades.
- Establecer objetivos generales del restaurante, así como la de todas las áreas, con base en las expectativas de los clientes.
- Implantar objetivos específicos para todo el personal.
- Elaborar un diagnóstico de las actividades que desarrolla actualmente el personal y compararla con los objetivos establecidos.
- Analizar y adecuar la estructura actual (organigrama)
- Revisar las descripciones de puestos de todos los integrantes del restaurante, enfocándolas en objetivos específicos.
- Desarrollar procedimientos o instrucciones de trabajo que incluyan los formatos que deben utilizarse, para identificar el desempeño de sus funciones.
- Crear controles que permitan dar un mejor seguimiento a las actividades de todo el personal, así como el apego de los objetivos trazados.
- Evaluar el desempeño de cada trabajador con base en el cumplimiento de sus objetivos.

- Realizar auditorías periódicas al sistema de calidad, para verificar su cumplimiento. (p. 63)

Normar un plan dentro de la micro y pequeña empresa restaurantera con alcance a todas sus áreas para desarrollar un proceso de mejora continua debe ser llevado con disciplina y compromiso por parte del gerente y sus colaboradores este trabajo se reflejará en el servicio que se brinde y buscará mejorar la experiencia del cliente.

Principios de gestión de calidad

Por otro lado, cabe decir que los dueños de las organizaciones deben tener una base para poder usar las técnicas de gestión de calidad para ello la Norma ISO 9001, (2015), nos da conocer los siguientes principios o bases:

- En primer lugar, tenemos al Principio de enfoque al cliente, en este principio las empresas dependen de sus clientes, por ello deben entender las necesidades presentes y futuras, y cumplir los requerimientos mínimos y satisfacer o exceder sus expectativas.
- Principio de Liderazgo. Los líderes establecen unidad de propósito y dirección para la organización, del mismo modo ellos deben crear y mantener un ambiente interno en donde la gente se puede desarrollar completamente en función de los objetivos de la organización.
- Principio de Participación del personal. El personal de todos los niveles es la esencia de una empresa u organización y su ambiente los motiva a utilizar sus habilidades para el beneficio de la misma empresa.
- Principio de Enfoque basado en procesos, en este caso los resultados deseados se logran con mayor eficiencia cuando las tareas y recursos relacionados se gestionan como procesos.
- Principio de Enfoque de sistemas para la gestión, en este caso se debe identificar, entender y manejar procesos interrelacionados como un sistema que contribuye a la efectividad y eficiencia de la empresa, mediante de sus objetivos.
- Principio de Mejora continua. La mejora continua del desempeño de las

organizaciones debe ser un objetivo permanente en la organización.

- Principio de Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones. Las decisiones más efectivas se basan de acuerdo al análisis de información y datos.
- Principio de Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor. La organización y sus proveedores dependen entre sí y una relación de mutuo beneficio incrementa la habilidad de ambos de crear valor. (párr. 4)

Estas bases o principios de gestión de calidad, ayudan a que las empresas comprendan que factor interviene en el desarrollo de las herramientas modernas de gestión, por ellos las pequeñas empresas deben analizar los principios mencionados y de esta manera aplicarlo en sus procesos.

Beneficios del sistema de calidad

En tanto se demuestra que los beneficios del sistema de calidad son múltiples y ayudan los procesos de cada área de la organización es por ello que Franco (2014) nos dice lo siguiente:

Si el trabajo se realiza bien desde la primera vez, se reducen los desperdicios, se optimiza el tiempo de los empleados y el uso de los equipos, se ahorra energía, se evita frustraciones y desgaste de los trabajadores, se reducen costos de operación y, en consecuencia, nos volvemos más competitivos, logramos más clientes satisfechos, aseguramos nuestra permanencia en el mercado, conservamos nuestros empleos y creamos nuevas oportunidades de desarrollo. Un sistema de calidad permite unificar el pensamiento de las diferentes áreas, estimula acciones y, sobre todo, ayuda a dirigir una organización con una base planeada y no sobre la de eliminar crisis. (p. 60)

Un sistema de gestión de calidad fortalece la organización en todos sus procesos ya que busca optimizar cada uno de ellos e interrelacionarlos en un solo pensamiento, logrando múltiples beneficios a favor de la organización y de sus clientes, quienes estarán satisfechos por el servicio que les brinda.

Atención al cliente

Cabe decir que el principio más relevante es el que se enfoca en el cliente, porque son ellos quien contribuyen al desarrollo de las empresas, de acuerdo con Blanco, Lobato y Villagra, (2013) lo define como el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece una empresa al cliente con el fin de que obtenga los productos precisos para satisfacer sus necesidades en el momento y lugar adecuados. (p. 195)

De forma similar Rodríguez y Jiménez, (2008) nos dice que la atención 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”. (párr. 5)

Podemos decir que los autores concuerdan con lo mismo ya que la atención al cliente busca satisfacer las necesidades del público objetivo, por lo cual las micro y pequeñas empresas deben utilizar esta herramienta para mejorar continuamente, del mismo modo podemos decir que la sociedad actualmente requiere de personas capacitadas para tener una atención personalizada al cliente.

Elementos de la atención al cliente

En este sentido podemos decir que existen principios básicos o fundamentales en la atención al cliente para ello Tadoro (2014) nos dice que los elementos de la atención al cliente son tres, el entorno, que está formado por todos los elementos físicos y accesorios para su puesta en funcionamiento, la organización, está formado por los elementos intangibles o inmateriales que utilizamos para despachar y satisfacer a los clientes, los empleados, forman parte de la empresa y son muy necesarios para relacionarse con los clientes. (p.168)

Debemos tener en cuenta que si al menos uno de estos elementos de la atención al cliente tiene deficiencias o no colma las expectativas que tienen los clientes, se diría que la organización no cuenta con una gestión de calidad o esta es ineficiente, es por ello que es de suma importancia identificar estos elementos en las micro y pequeñas empresas y trabajar buscando la calidad en todos estos elementos.

Fases de la atención al cliente

Del mismo modo como existen elementos de la atención al cliente, existen fases para la atención al cliente es por ello que Tadoro (2014) nos dice que las fases de la atención al cliente son cuatro:

La acogida, que consiste en acoger al cliente y se deben tener en cuenta los siguientes aspectos, la imagen la de empresa, el trato al cliente debe ser adecuado lo que implica ser simpáticos, amables, correctos, etc.; el cliente debe estar cómodo hasta que sea atendido por la persona correspondiente. El seguimiento, consiste en la espera que realiza el cliente hasta que sea atendido por la persona correspondiente, se tienen en cuenta los siguientes aspectos, decirle al cliente quien lo va a atender, el tiempo que debe esperar y el motivo por la que debe esperar y si la espera es muy larga preguntarle si necesita algo. La gestión, esta fase consiste en atender las necesidades del cliente, el encargado de atender debe gestionarle, atender las dudas que tenga y realizar una atención personalizada, prestar atención con mucho cuidado para evitar que se sienta incomodo al no responder por sus necesidades. La despedida, es la fase donde termina con la entrevista para ello la persona encargada deberá haber resuelto todas las dudas que tenga el cliente de tal manera que pueda salir satisfecho. (p. 169)

Al tener éxito en el trabajo de todas estas fases el cliente tendrá una buena percepción de la atención recibida y elaborara una agradable imagen de la experiencia que tuvo de la micro y pequeña empresa, todos estos aspectos llegan a influir en la decisión del cliente de regresar y requerir nuevamente de los servicios que allí le brindan.

Estrategias de servicio al cliente

Por otro lado, la clave para mejorar la atención al cliente, está en crear estrategias para mejorar los procesos de servicio al cliente, por ello Ugalde, (2017) nos da conocer estas estrategias:

- Como primera estrategia tenemos la creación de un departamento responsable, se puede decir que la atención al cliente debe ser un tema que deben priorizar todos los miembros de la empresa, en este caso siempre debe

existir un departamento responsable que organice las actividades enfocadas en la atención al cliente.

- Del mismo modo se debe concientizar a una cultura de atención al cliente, para ello se requiere de capacitaciones continuas, para que todos los miembros de la empresa sean responsables en cuanto a servicio que brindan, del mismo modo la excelencia en el servicio al cliente no debe ser casual, si no debe ser basado en la experiencia de los integrantes de la empresa.
- Así también se debe establecer estándares de calidad, se refiere a los indicadores de satisfacción, para que las empresas mejoren continuamente el servicio.
- De la misma manera se debe archivar los requerimientos de los clientes, es decir siempre que un cliente tenga una consulta, solicitud de material, queja, se debe ejecutar garantías, esta debe ser documentada para poder solucionar los requerimientos de los clientes de manera eficiente, en este caso las diversas áreas de la empresa o los diferentes dirigentes deben ejecutar las acciones necesarias para la solución de la queja de los clientes.
- Por último, se debe trabajar en la fidelización del cliente, se puede decir que el servicio al cliente debe estar encaminado a lograr la fidelidad del cliente, ya la mejor manera de lograrlo es mediante la satisfacción.

Las micro y pequeñas empresas desconocen de estas estrategias, solo se basan en generar confianza y comunicación con el cliente, y esto no es suficiente, el cliente requiere de una atención más rápida, del mismo modo ellos perciben la calidad solo lograr la mejora continua se podrá fidelizar a los clientes.

Satisfacción del cliente

Por lo expresado podemos asegurar que, aplicando las estrategias de atención al cliente, se puede lograr una plena satisfacción, para ello Luer, (2013) define a la satisfacción como:

La diferencia entre las expectativas del cliente acerca de un producto o servicio, contra el rendimiento percibido del mismo, se puede decir que, a mayor

rendimiento, en relación a menores expectativas, habrá más satisfacción. Mientras que, si se tienen altas expectativas y se obtiene un rendimiento pobre, la satisfacción mínima. (párr. 3)

Por otro lado Franco (2014) nos dice que “el verdadero secreto del éxito con el cliente es demostrar a través del actuar la vocación de servicio, que permita brindarle una satisfacción total. Las tareas que se desarrollan dentro del restaurante más que vender u ofrecer productos o servicios, consiste en ayudar a los clientes a obtener los beneficios esperados como objetivo principal. Bajo este supuesto, es importante conocer y diferenciar las necesidades físicas y sociales de cada uno de los clientes de acuerdo con el nicho de mercado y el tipo de establecimiento que corresponda. Al poner en practica esa vocación de servicio se obtiene de forma automática grandes recompensas personales una de ellas en un mayor respeto hacia uno mismo y la satisfacción de haber creado un ambiente de armonía, mayor probabilidad de una buena propina y la buena convivencia del cliente con el prestador de servicio. (p. 92)

Así mismo Tarodo (2014) nos dice que “la satisfacción del cliente es la evaluación que hace el cliente respecto a un servicio y que depende de que el servicio responda a sus necesidades y expectativas”. (p. 172)

La satisfacción del cliente, se logra cuando los clientes sienten que la organización ha superado sus expectativas, por ello las micro y pequeñas empresas, deben enfocarse en darle lo mejor que tenga a sus clientes demostrando dentro de su actuar una verdadera vocación de servicio para dar más de lo que el cliente espera recibir dentro de un ambiente agradable de convivencia.

Fidelización de clientes

Lograr que los clientes estén satisfechos con el producto servicio, no significa que estos serán leales a las empresas, por lo cual se deben mejorar continuamente los posesos de atención, para ello Blanco, Lobato y Villagra, (2013) define a la fidelización como “proceso por el cual la empresa mantiene un sistema de relaciones a largo plazo con los clientes más rentables de la empresa, con el fin de obtener una alta participación en sus compras”. (p. 197)

Podemos decir que la fidelización es lograr que los clientes no opten por pensar en la competencia, es decir se eliminara de su mente al competidor, y solo recordara la marca que considera que lo valora como cliente.

Beneficios de la atención al cliente

Para culminar se detalla los beneficios de la atención al cliente en la empresa, de acuerdo con Fernández (2016) nos dice que brindar una atención de calidad beneficia ala empresas de la siguiente manera:

- En primer lugar, fidelidad y lealtad frente a una marca que responde a sus clientes con productos y servicios de calidad.
- Comercialización cruzada, ya que la gran experiencia de un cliente significa que se abre la puerta a la venta de diferentes productos o servicios.
- Referencias, lo hablado genera una publicidad maravillosa y gratuita para las empresas que brindan un servicio honesto y un enfoque a sus clientes.
- Mejora la motivación y el entorno de trabajo, ya que el servicio deficiente del cliente "quema" a los trabajadores, exponiéndolos a las continuas quejas y peleas de clientes descontentos.
- Mejora de la productividad, ya que el tiempo dedicado a la gestión de reclamos y devoluciones, como resultado de la falta de atención, agota los recursos de la empresa que se emplearían en diferentes áreas.
- Aumento de la rentabilidad, ya que los clientes tienden a pagar costos más altos, si reciben el cuidado adecuado y no pierden el tiempo en colas o por teléfono.
- Aumento de las ventas, al aumentar la frecuencia y la repetición de los clientes de la empresa.
- los gastos de venta se reducen, ya que las empresas que prestan un servicio deficiente al cliente están en la necesidad de una publicidad superior y gastos de publicidad, a fin de cambiar a los clientes que perpetuamente pierden y distinguir el negativo hablado.
- Mejora de la imagen y nombre de la empresa.

Por último, se puede decir que los clientes de hoy en día requieren de más seguimiento, requieren de mucho más esfuerzo para lograr llamar su atención, es por ello que las empresas deben aplicar las herramientas de gestión de calidad, y una de ellas es la atención al cliente, que conlleva lograr que los clientes sean leales a la empresa, siempre y cuando estos se sientan valores e importantes.

2.3 Marco conceptual

Historia de los restaurantes

Los restaurantes en el distrito de Chimbote se originaron hace más de 100 años, esto dio lugar que parte de la población, decida formar sus propias y nuevas fuentes de empleo, a través de la creación de este tipo de negocios, del mismo nadie pensó que este negocio sería uno de los rubros más rentables en la actualidad no solo en esta ciudad sino también en todo el país que es considerado como mejor destino de gastronómico del mundo, en la actualidad existen numerosos restaurantes en las zonas más comerciales del distrito de Chimbote.

Micro y pequeñas empresas del rubro de restaurantes

El restaurante es un establecimiento o comercio en el cual se ofrece a los clientes comidas y bebidas de diverso tipo para su consumo, es decir las personas que asisten a un restaurante se sientan a las mesas que este tiene dispuestas, eligen aquello que quieren comer y beber de una carta o menú que se les facilita, le ordena al mozo y una vez listo los alimentos se sirven a la mesa para ser ingerido por los clientes.

Servicios que ofrece un restaurante

El menú del día: Diversos platos como pollo al sillao, ají de gallina, lomito saltado, cabrito, mondonguito a la italiana, tallarines rojos, arroz pollo, causa a la limeña, tallarines verdes, ceviche, jugoso de pescado, pepián de pollo, seco de pollo.

Del mismo modo se ofrecen platos especiales como pollo a la parrilla, chanco al cilindro, pancita, pavita a la parrilla, mollejas, pollo a la leña, anticuchos, chuleta a la parrilla, entre otros.

También se ofrecen bebidas como refrescos de chicha morada, maracuyá, bebidas gasificadas de todo tipo y marca, así como una variedad de cervezas.

Gestión de calidad en la satisfacción del cliente en las Micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes

Es importante aclarar que las micro y pequeñas empresas de este rubro, cuentan en los últimos tiempos en su mayoría con dueños o gerente que tienen cierto conocimiento sobre gestión de calidad, esto debido a que cuentan con estudios superiores, de esta manera basan sus operaciones gracias a la experiencia y a los estudios que lograron en los últimos años.

Gestión de calidad en atención al cliente

Se refiere a las herramientas de gestión modernas que pueden ser aplicadas para un mejor proceso en la atención al cliente, en este sentido se puede decir que la gestión de reclamaciones y el servicio post venta son herramientas primordiales para una mejor eficiencia en el servicio que brindan las organizaciones.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se plantea una hipótesis, debido a que es de tipo descriptiva, es decir solo consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño

NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL- DESCRIPTIVO

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por qué el estudio “Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016”, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2016)

Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.

4.2 Población y muestra.

a) Población

La población del estudio está conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. La cual se obtuvo mediante un sondeo (Ver anexo n°3)

b) Muestra

La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. (Ver anexo n°3)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Representantes	Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa.	Edad	<ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 30 años - De 31 a 50 años - De 51 años a más 	Razón
		Genero	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	Nominal
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitario - Superior universitario 	Ordinal
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador 	Nominal
		Tiempo en el Cargo	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas 	Razón

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Cuantos años tiene la MYPE	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas 	Razón
		N° trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores. 	Razón
		Personas que trabajan en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Personas familiares - Personas no familiares 	Nominal
		Finalidad	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias - Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad en la atención al cliente	La gestión de calidad en la atención al cliente, se refiere a	¿Conoce el termino gestión de calidad?	<ul style="list-style-type: none"> - Si - Tengo cierto conocimiento - No 	Nominal
	detectar que herramientas de gestión modernas se pueden aplicar para un ero	Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica:	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Atención al cliente - Lluvia de ideas - La 5 s - Outsourcing - otros - Ninguno 	Nominal
	proceso en la atención al cliente, en este sentido se puede decir que la gestión de reclamaciones	Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Nominal
	y el servicio post venta son herramientas primordiales para una mejor eficiencia en el servicio que	Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - La escala de puntuaciones - Evaluación 360° - Otros 	Nominal
	brindan las	La gestión de calidad contribuye a	<ul style="list-style-type: none"> - Si - A veces - No 	Nominal

	organizaciones .	mejorar el rendimiento de la empresa		
		Termino atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Si - Tengo cierto conocimiento. - No 	Nominal
		Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre - A veces - Nunca 	Nominal
		Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación - Confianza - Retroalimentación 	Nominal
		Principales factores que para la calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada 	Nominal

		al servicio que brinda	<ul style="list-style-type: none"> - Rapidez en la entrega de los productos - Las instalaciones 	
		La atención que brinda a los clientes es:	<ul style="list-style-type: none"> - Buena - Regular - Malo 	Nominal
		Porque considera que se está dando una mala atención	<ul style="list-style-type: none"> - No tiene suficiente personal. - Por una mala organización de los trabajadores. - Ninguna de las anteriores 	Nominal
		Resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes satisfechos - Fidelización de los clientes - Posicionamiento de la empresa - Incremento en las ventas. 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 22 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4), y a la variable en estudio: Gestión de calidad en atención al cliente (13).

4.5. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas:

Microsoft Word: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. Microsoft Excel: Es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016?	<p>Objetivo general</p> <p>Describir las principales características de Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>. Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra.</p>	Gestión de calidad en la atención al cliente	<p>Población:</p> <p>La población estuvo conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.</p>	<p>Diseño</p> <p>El diseño de la investigación fue no experimental – transversal- descriptivo – Cuantitativo</p> <p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p> <p>Fue transversal por qué el estudio “Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas</p>	<p>Técnica</p> <p>La técnica utilizada es la encuesta.</p> <p>Instrumentos</p> <p>En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario</p> <p>Plan de análisis de los datos</p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción digital y Acrobat Reader XI, para leer archivos digitales.</p>

	<p>3, ciudad de Chimbote, 2016.</p> <p>. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.</p> <p>. Determinar las principales características de la Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.</p>			<p>empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016”, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2016)</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.</p> <p>Fue cuantitativa, porque tuvo una estructura con la cual se puede medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación.</p>	
--	--	--	--	---	--

4.7. Principios éticos:

Para el estudio Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, se tomaron en cuenta los siguientes principios éticos:

- Principio de autonomía, puesto que el tema de investigación fue escogido libremente, en sus elecciones, es decir para el trabajo de investigación, se pudo escoger libremente los temas a resolver, en este caso se escogió el tema Gestión de calidad en la atención al cliente, puesto que, va de acuerdo con mi perfil, de esta manera el trabajo se hizo con mayor voluntad y esfuerzo.
- Confiabilidad: La investigación se llevó a cabo basándose en el principio de fiabilidad porque se buscó y ubicaron datos reales sobre la Gestión de calidad en la atención al cliente, para posteriormente tomarlas como fuentes 100% confiables, así mismo se respetó el derecho de autor, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente y se hizo uso de la misma sin alteraciones y/o modificaciones.
- Respeto a la dignidad humana: Se respetó la dignidad humana de todos los involucrados, tanto del investigador, asesor, y otros que colaboraron, en el desarrollo del trabajo de investigación, sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social. Todo aporte requerido y ubicado es valioso e inviolable.
- Confidencialidad: Se respetó el derecho de confidencialidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, asegurándoles que no va habría ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicar directa o indirectamente a los representantes.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1 Características de los representantes legales de las micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.

Datos generales:	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad (años)		
18 – 30	1	12.5
31 – 50	4	50.0
51 años a más.	3	37.5
Total	8	100.0
Genero		
Femenino	3	37.5
Masculino	5	62.5
Total	8	100.0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	0	0.0
Secundaria	1	12.5
Superior no universitaria	2	25.0
Superior universitaria	5	62.5
Total	8	100.0
Cargo		
Dueño	7	87.5
Administrador	1	12.5
Total	8	100.0
Tiempo en el Cargo		
0 a 3 años	2	25.0
4 a 6 años	2	25.0
7 años a más	4	50.0
Total	8	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.

Tabla 2 Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.

De la Empresa:	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
0 a 3 años	2	25.0
4 a 6 años	1	12.5
7 años a más	5	62.5
Total	8	100.0
Numero de colaboradores		
1 a 5	3	37.5
6 a 10	4	50.0
11 a más	1	12.5
Total	8	100.0
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	2	25.0
Personas no familiares	6	75.0
Total	8	100.0
Objetivo de la empresa		
Generas ganancias	7	87.5
Subsistencia	1	12.5
Total	8	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.

Tabla 3 Características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.

Gestión de calidad en la atención al cliente	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Termino gestión de calidad		
Si	5	62.5
Tengo cierto conocimiento	1	12.5
No	2	25.0
Total	8	100.0
Técnicas de gestión que aplica		
Benchmarking	0	0.0
Atención al cliente	5	62.5
Lluvia de ideas	3	37.5
Las 5 S	0	0.0
Outsourcing	0	0.0
Total	8	100.0
Dificultades del personal en la gestión		
Poca iniciativa	2	25.0
Aprendizaje lento	4	50.0
No se adapta a los cambios	2	25.0
Desconocimiento del puesto	0	0.0
Total	8	100.0
Técnicas para medir el rendimiento		
La observación	6	75.0
La evaluación	2	25.0
La escala de puntuaciones	0	0.0
Evaluación 360°	0	0.0
Total	8	100.0
Gestión de calidad mejora el rendimiento		
Si	2	25.0
A veces	5	62.5
No	1	12.5
Total	8	100.0

Continua...

Tabla 3 Características de Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.

Gestión de calidad en la atención al cliente	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el termino atención al cliente		
Si	8	100.0
Tengo cierto conocimiento	0	0.0
No	0	0.0
Total	8	100.0
Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda		
Siempre	6	75.0
A veces	2	25.0
Nunca	0	0.0
Total	8	100.0
Atención al cliente es fundamental para que éste regrese		
Si	3	37.5
A veces	4	50.0
No	1	12.5
Total	8	100.0
Herramientas que utiliza para un servicio de calidad		
Comunicación	2	25.0
Confianza	5	62.5
Retroalimentación	1	12.5
Total	8	100.0
Factores de calidad al servicio		
Atención personalizada	3	37.5
Rapidez en el servicio	1	12.5
Las instalaciones	4	50.0
Total	8	100.0
La atención que brinda al cliente es:		
Buena	7	87.5
Regular	1	12.5
Mala	0	0.0
Total	8	100.0

Continúa...

Tabla 3 Características de Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.

Concluye

Gestión de calidad en la atención al cliente	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Porque considera que se está dando una mala atención		
No tiene suficiente personal	0	0.0
Por una mala organización de los trabajadores	0	0.0
Ninguna de las anteriores	8	100.0
Total	8	100.0
Resultados de una buena atención		
Clientes satisfechos	5	62.5
Fidelización de los clientes	1	12.5
Posicionamiento de la empresa	0	0.0
Incremento de las ventas	2	25.0
Total	8	100.0

***Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016.*

5.2 Análisis de Resultados:

Tabla 1: Con respecto a las características de los representantes legales de la micro y pequeña empresa.

- A la pregunta edad de los representantes. El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, esto parcialmente coincide con Ríos, (2014), el cual muestra que, el 35% tiene entre 35 – 44 años de edad, del mismo modo con Hernández, (2014), el cual muestra que, el 40% tienen entre 30 y 40 años de edad, de la misma manera con Flores, (2016) el cual nos muestra que, el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de 48 a 62 años. Por otra parte, esto contrasta con Baca, (2014) el cual nos muestra que, el 50% de los representantes, tienen edad entre 18 a 30 años, de la misma manera con Atravero, (2015) el cual muestra que, el 60% tienen una edad entre 18 y 30 años de edad. Esto demuestra que la mitad de las micro y pequeñas empresas están dirigidas por personas adultas emprendedoras, que ya cuentan con manejo y experiencia administrativa, que hace que el negocio marche bien.
- A la pregunta género de los representantes. El 62,5% de los representantes son de género masculino, esto coincide con Ríos, (2014) el cual muestra que el 65% son de género masculino, del mismo modo con Baca, (2014) el cual nos muestra que, el 50% son de género masculino. Por otra parte, esto contrasta con Hernández, (2014) el cual muestra que, el 66.67% son de género femenino, de la misma manera con Flores, (2016) el cual nos muestra que, el 50% son de género femenino, así mismo con Atravero, (2015) el cual muestra que, el 60% son del género femenino. Esto demuestra que la mayoría predomina el género masculino, en este caso ellos fueron los sucesores de sus familiares que antiguamente incursionaron en el negocio de los restaurantes.
- A la pregunta grado de instrucción de los representantes. El 62,5% de los representantes tiene grado de instrucción superior universitaria, esto coincide con Ríos, (2014) el cual muestra que, el 60% tiene instrucción universitaria

completa. Por otra parte, esto contrasta con Flores, (2016) el cual nos muestra que, el 75% tienen grado de instrucción superior técnico, del mismo modo con Hernández, (2014) el cual muestra que, el 53.33% tienen secundaria completa. Esto demuestra que la mayoría de los representantes, consideran que fue necesario mejorar sus conocimientos, por ello en la actualidad cuentan con estudios superiores.

- A la pregunta cargo que los representantes. El 87,5% de los representantes son los dueños, esto coincide con Baca, (2014) el cual nos muestra que, el 75% son los dueños. Por otra parte, esto contrasta con Campos, (2015) el cual muestra que, el 62% de las personas encuestadas son los administradores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes son los dueños, por ende, tienen mucha experiencia, del mismo modo conocen de qué manera pueden mejorar los procesos en las actividades diarias.
- A la pregunta tiempo en el cargo de los representantes. El 50,0% de los representantes tienen en el cargo más de 7 años, esto contrasta con Atravero, (2015) el cual muestra que, el 70% de los representantes tiene de uno a dos años en actividad, del mismo modo con Campos, (2015) el cual muestra que, el 62% de las empresas iniciaron su negocio hace más de tres años. Esto demuestra que la mitad de los dueños llevan en el cargo muchos años, debido a que se están desempeñando de la manera correcta, en este caso se está haciendo un buen uso de los recursos de la empresa.

Tabla 2: Con respecto a las características de las micro y pequeñas empresas

- A la pregunta tiempo de permanencia de la empresa en el rubro. El 62,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años, esto coincide con Baca, (2014) el cual nos muestra que, el 37,5% tienen más de 7 años en permanencia en el rubro. Por otra parte, esto contrasta con Campos, (2015) el cual muestra que, el 62% de las empresas iniciaron su negocio hace más de tres años,

del mismo modo con Ríos, (2014), el cual muestra que, el 50% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 5 a 7 años en el rubro, así mismo con Atravero, (2015) el cual muestra que, el 70% de los representantes tiene de uno a dos años en actividad. Esto demuestra que la mayoría de las empresas, se están desarrollando durante un largo periodo, esto a causa de que están siendo gerenciadas por personas capacitadas en la dirección empresarial.

- A la pregunta sobre el número de colaboradores. El 50,0% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, esto contrasta con Campos, (2015) el cual muestra que, el 62% de las empresas cuenta con menos de cinco operarios, del mismo modo con Baca, (2014) el cual nos muestra que, el 62.5% tienen de 1 a 3 trabajadores, así mismo con Atravero, (2015) el cual muestra que, el 90% de las Mypes trabajan con una cantidad de 1 a 5 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría cuentan con pocos trabajadores, dado que son negocios que recién han empezado a expandirse en la industria. Esto demuestra que la mitad de las empresas, cuentan con un significativo número de trabajadores, debido a que la empresa se encuentra en un buen estado de solvencia y de rentabilidad, por ende, los trabajadores están ubicando en distintas áreas importantes de la empresa, en este caso la primordial es la atención al cliente.
- A la pregunta personas que trabajan en la empresa. El 75,0% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando, y el 25,0% a sus familiares. Esto demuestra que la mayoría de las empresas, contratan mayormente a personas no familiares, por porque no quieren apoyar a sus familiares, sino que estas empresas se basan en el conocimiento y la experiencia para contratar al personal.
- A la pregunta sobre objetivo de la empresa. El 87,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias, esto coincide con Ríos, (2014), el cual muestra que, el 45% de las MYPES tiene como finalidad generar ganancias, de la misma manera con Baca, (2014) el cual nos muestra que, el

100 % tiene como objetivo maximizar ganancias. Esto demuestra que la mayoría formaron sus negocios para generar ganancias, y de esta forma contribuir a su crecimiento como empresarios, del mismo modo piensan expandirse a futuro, es decir formando los restaurantes en distintos puntos de la Región y así apoyar con fuentes de empleo.

Tabla 3: Con respecto a las características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.

- A la pregunta si conocen el termino gestión de calidad.El 62,5% de los representantes conocen el término Gestión de calidad, esto coincide con Baca, (2014) el cual nos muestra que, el 100% no tienen conocimientos de técnicas de Gestión. Esto demuestra que la mayoría el significado de gestión, dado que, en sus estudios universitarios, llevaron cursos de administración de empresas, entonces esto les facilito la dirección y toma de decisiones en los procesos de sus restaurantes.
- A la pregunta técnicas de gestión que aplican. El 62.5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión, esto contrasta con Baca, (2014) el cual nos muestra que, el 100% aplican liderazgo en su gestión. Esto demuestra que la mayoría considera que la atención a cliente, es fundamental, para que se mejore la rentabilidad de la empresa, del mismo modo aplican esta herramienta puesto que hoy en día los clientes son cada vez más exigentes, por ello las empresas requieren de mucho criterio y conocimiento para crear estrategias para un mejor servicio.
- A la pregunta dificultades del personal en la gestión. El 50,0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es el aprendizaje lento, el 25,0% no se adapta a los cambios, y el 25% por poca iniciativa. Esto demuestra que mitad, consideran que el personal tiene un aprendizaje lento, debido a que, en un inicio, no o gran captar fácilmente las

operaciones de la empresa, en este caso para la atención al cliente, se requiere de mucha actitud, por ende, el personal debe cumplir con una serie de características y valores para un buen trato a la clientela.

- A la pregunta técnicas para medir el rendimiento. El 75.0% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, y el 25,0% la evaluación. Esto demuestra que la mayoría observa el comportamiento del personal, en este caso se observa la actitud, la comunicación que brinda a sus clientes, y de esta manera tratan de corregir algunos errores, para que se mejore continuamente la atención personalizada.
- A la pregunta gestión de calidad mejora el rendimiento. El 62.5% de los representantes aseguran que a veces la Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, esto parcialmente coincide con Ríos, (2014), el cual muestra que, el 85% creen que la gestión de calidad es importante para la organización, del mismo modo con Baca, (2014) el cual nos muestra que, el 100% percibe que aplicar la Gestión de Calidad ayudaría a lograr objetivos. Esto demuestra que la mayoría considera que a gestión de calidad contribuye a generar mayores ingresos, puesto que la herramienta de atención al cliente, promueve a que el personal sea más productivo y generare mayores beneficios tanto para ellos como para la empresa.
- A la pregunta conoce el termino atención al cliente. El 100,0% de los representantes conocen el termino atención al cliente. Esto demuestra que la totalidad cuenta con una clara información de esta herramienta, del mismo modo consideran que la atención al cliente tiene como objetivo el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido de la marca, en este caso el restaurante.
- A la pregunta aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda. El 75.0% de los representantes aseguran que siempre aplican Gestión de calidad en el servicio

que brindan y el 25,0% a veces. Esto demuestra que la mayoría si toma la debida importancia a la atención al cliente, del mismo modo las empresas invierten recursos, ya sea en las encuestas de satisfacción, promociones para los mejores clientes, de esta manera se puede conocer cuáles son las necesidades de sus clientes, así como también si la promociones fueron las más adecuadas para ellos.

- A la pregunta la atención al cliente es fundamental para que este regrese. El 50,0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, el 37.5% siempre, y el 12,5 no. Esto demuestra que la mitad considera que la calidad percibida de la atención brindada, es el resultado de un proceso de evaluación, en el cual los clientes comparan sus percepciones de la prestación del servicio recibido con lo que ellos esperaban del mismo, por ende, si esta percepción es buena o positiva estos regresaran sin duda al establecimiento.
- A la pregunta herramientas que utiliza para un servicio de calidad. El 62.5% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, el 25.0% la comunicación, y el 12,5% la retroalimentación. Esto demuestra que la mayoría brinda la confianza necesaria, es decir este caso el personal, transmite honestidad, buena actitud, y responsabilidad, para darles a conocer toda la información sobre los productos, por ende, el cliente se siente seguro para consumir en el restaurante.
- A la pregunta factores de calidad al servicio. El 50.0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio son las instalaciones, el 37.5% es la atención personalizada y el 12.5% es la rapidez en el servicio. Esto demuestra que la mayoría son conscientes de que las instalaciones son de gran atracción para el cliente, debido a que las empresas se esmeran en darle mantenimiento, limpieza y conservación de las instalaciones, del mismo buscan

realizar nuevas decoraciones, que la iluminación sea el más adecuada, entonces de esta manera el cliente percibirá un mejor ambiente.

- A la pregunta la atención que brinda al cliente es. El 87.5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena, el 12.5% es regular. Esto demuestra que la mayoría han tomado conciencia de que los clientes son importantes y vitales para una empresa, del mismo modo los representantes consideran que la atención es buena, debido a que cuando el cliente tiene alguna duda o problema del producto, la empresa resuelve sus problemas de forma eficiente.
- A la pregunta porque considera que está dando una mala atención. El 100% de los representantes no considera que esta que se está dando una mala atención. Esto demuestra que la totalidad consideran que está aplicando todas las herramientas posibles para generar una excelente atención al cliente, por este motivo están logrado captar a nuevos clientes.
- A la pregunta de una buena atención. El 62.5% de los representantes ha logrado obtener clientes más satisfechos, el 25.0% incremento de ventas, y el 12.5% fidelización de clientes. Esto demuestra que la mayoría ha logrado obtener grandes beneficios, así mismo esto conlleva a que las empresas logren una ventaja competitiva, ya que los clientes percibirán la enorme diferencia entre ser bien atendidos y la deficiente atención que proporcionan otras empresas.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, del mismo modo son de género masculino, cuentan estudios superiores universitarios, además son los dueños de sus negocios y llevan en su cargo más de 7 años.

La mayoría de las Micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, del mismo modo cuentan con más de 6 a 10 colaboradores, tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y tienen como objetivo de generar ganancias.

La mayoría de los representantes conocen el término de gestión de calidad, aplican la técnica de atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, consideran que la dificultad de la implementación de la gestión en que el personal tiene aprendizaje lento, así mismo consideran que la gestión de calidad a veces mejora el rendimiento. Por otra parte, conocen el termino atención al cliente, consideran que la atención a veces es fundamental para que el cliente regrese, así mismo utilizan confianza como herramienta de atención, consideran que el factor más importante para la buena atención al cliente son las instalaciones, así mismo afirman que la atención que brinda es buena, y finalmente han logrado mejorar a satisfacción del cliente.

RECOMENDACIONES

Apliquen la herramienta de capacitación continua a sus colaboradores en cuanto a la calidad en la atención al cliente, con la finalidad de generar satisfacción en el cliente.

Trabajar en la mejora continua de cada uno de los elementos de la atención al cliente, en la acogida, seguimiento del cliente, gestión en su atención y en la despedida del local, esto tiene como meta superar las expectativas, las necesidades y deseos del cliente.

Contratar personal eficiente previa selección para el buen manejo en cada área de trabajo y así optimizar los recursos, para ahorrar tiempo y esfuerzo, asignándoles actividades específicas y fomentando el trabajo en equipo.

Realizar reuniones constantes con el personal de cada una de las áreas, para discutir nuevas ideas y brindar alternativas de solución ante posibles deficiencias con el servicio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atravero, D. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Yarinacocha, año 2015*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Baca, Y. (2014). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Blanco, C. Lobato F. y Villagra, F. (2013). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid: Macmillan Iberia, S.A
- Campos, R. (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del asentamiento humano la primavera castilla, 2015*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Fernández, J. (2016). *10 beneficios de una buena atención al cliente*. Recuperado de, <https://www.sage.com/es-es/blog/10-beneficios-de-una-buena-atencion-al-cliente/>
- Flores, G. (2016). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del jirón José balta del distrito de Chimbote, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Franco, A. (2014). *Administración de la empresa restaurantera*. Mexico: Trillas.
- Hernández, F. (2014). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las Micro y Pequeñas Empresa del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- López, J. (2016). *Fracasan en México 75% de emprendimientos*. Recuperado de, <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fracasan-en-mexico-75-de-emprendimientos>
- Luer, C. (2013). *Como generar satisfacción para tus clientes*. Recuperado de, <https://www.merca20.com/como-generar-satisfaccion-para-tus-clientes/>
- Mata, J. (2016). *Las 5 causas más frecuentes del fracaso empresarial*. Recuperado de, <https://www.emprenderalia.com/las-5-causas-mas-frecuentes-del-fracaso-empresarial/>

- Norma ISO 9001, (2015). *Los 8 principios de gestión de la calidad*. Recuperado de, <http://blogdecalidadiso.es/los-8-principios-de-gestion-de-la-calidad/>
- Peña, F. (2015). *Principales herramientas de gestión empresarial: funcionamiento y características*. Recuperado de, <https://www.isotools.org/2015/04/27/principales-herramientas-de-gestion-empresarial-funcionamiento-y-caracteristicas/>
- Ríos, M. (2014). *Gestión de calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes - del distrito de huanchaco año 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Rodríguez, C. (s.f). *La Gestión en las organizaciones*. Recuperado de, <http://www.eumed.net/librosgratis/2010c/758/La%20Gestion%20en%20las%20organizaciones.htm>
- Rodríguez, J y Jiménez, J. (2008). *Servicio al cliente*. Recuperado de, <http://www.auladeeconomia.com/articulosot-18.htm>
- Tadoro, C. (2014) *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Recuperado de, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3229607>
- Ugalde, A. (2017). *Estrategias de Atención al Cliente*. Recuperado de, <http://www.pymerang.com/emprender/1036-con-eurasmus-la-busqueda-de-alojamiento-internacional-para-estudiantes-es-ahora-mas-simple>
- Velásquez, A. (2017). *¿Qué errores llevan a una micro empresa al fracaso?*. Recuperado de, <https://gestion.pe/tu-dinero/errores-llevan-micro-empresa-fracaso-131189>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Título de la investigación	X														
Hoja de firma de jurado y asesor	X														
Hoja de Agradecimiento	X														
Hoja de Dedicatoria	X														
Resumen		X													
Abstract		X													
Contenido		X													
I. Introducción		X													
II. Revisión de la literatura			X												
2.1. Antecedentes			X												
2.2. Bases teóricas			X												
2.3. Marco conceptual				X											
III. Hipótesis				X											
IV. Metodología					X										
4.1. Diseño de la investigación					X										
4.2. Población y muestra					X										
4.3. Definición y operacionalización de la variable					X										
4.4. Técnicas e instrumentos					X										
4.5. Plan de análisis					X										
4.6. Matriz de consistencia					X										
4.7. Principios éticos					X										
V. Resultados de la Investigación						X									
5.1. Tablas						X									
5.2. Análisis de resultados							X	X							
Conclusiones, recomendaciones y anexos									X						
Presentación del informe final de investigación, artículo científico y ponencia										X	X	X	X	X	X

Anexo 2: Presupuesto

Concepto	Valor
Asesoramiento	S/. 0.00
Pasajes	S/. 500.00
Internet	S/. 100.00
Impresión del proyecto	S/. 30.00
Empastado	S/. 20.00
Anillado	S/. 11.00
Taller de titulación	S/. 2100.00
Otros	S/. 30.00
Total	S/. 2791.00

Financiamiento: Autofinanciado por el investigador

Anexo N°3

Población

N°	RAZÓN SOCIAL	Representante	DIRECCIÓN
1	La Casa de las Humitas	Anónimo	Jr. Ladislao Espinar # 317
2	Pastas Pizzas Nostras	Anónimo	Jr. Ladislao Espinar # 321
3	La Gitana	Anónimo	Jr. Ladislao Espinar # 339
4	El PGsapo	Anónimo	Jr. Ladislao Espinar # 343
5	El parrillero	Mary	Jr. Ladislao Espinar # 385
6	Casa Blanca	Anónimo	Jr. Ladislao Espinar # 336
7	Food Party	Anónimo	Jr. Ladislao Espinar # 340
8	Anticucheria Rinconcito	el Anónimo	Jr. Ladislao Espinar # 344

Anexo 4 : Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: *“Gestión de la calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016”*

Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

1.2.REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

1.3 REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

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

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

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios

- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

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

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

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

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

15. ¿Conoce el termino atención al cliente?

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

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

- a) Siempre
- b) A veces
- c) Nunca

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

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

18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

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

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

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

20. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

- a) No tiene suficiente personal.
- b) Por una mala organización de los trabajadores.
- c) Ninguna de las anteriores

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

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

Anexo 5: Figuras

a) Referente los representantes de las micros y pequeñas empresas:

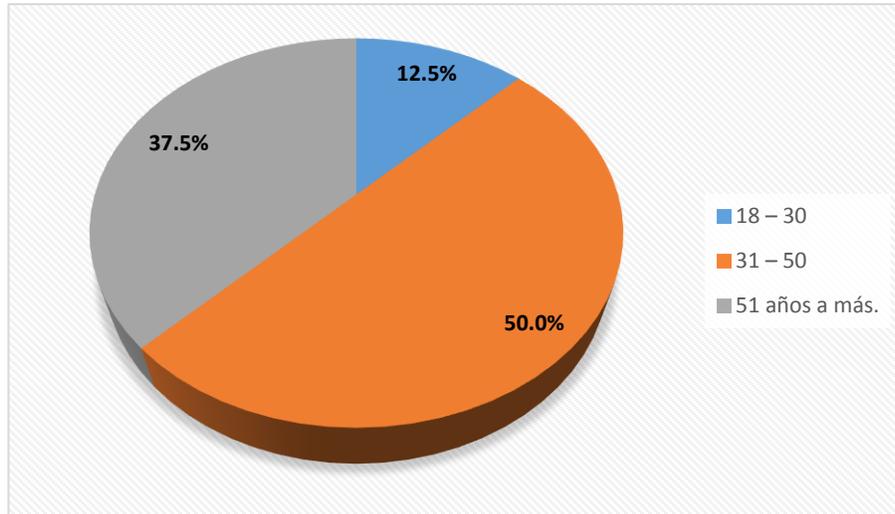


Figura 1. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

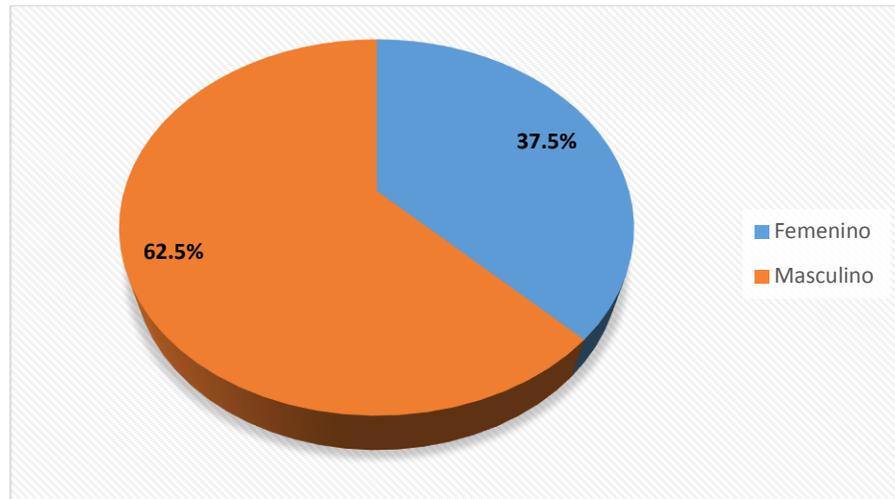


Figura 2. Genero del representante

Fuente: Tabla 1

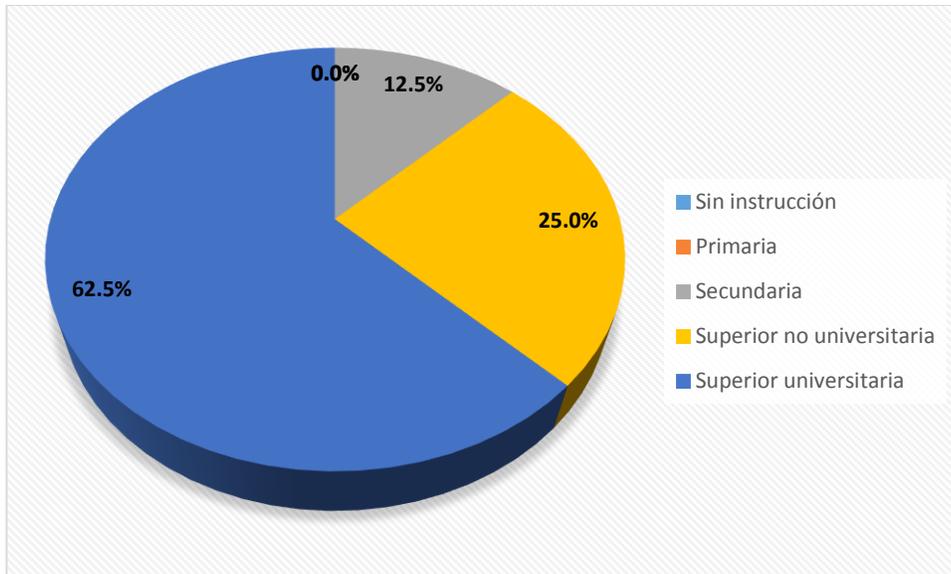


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

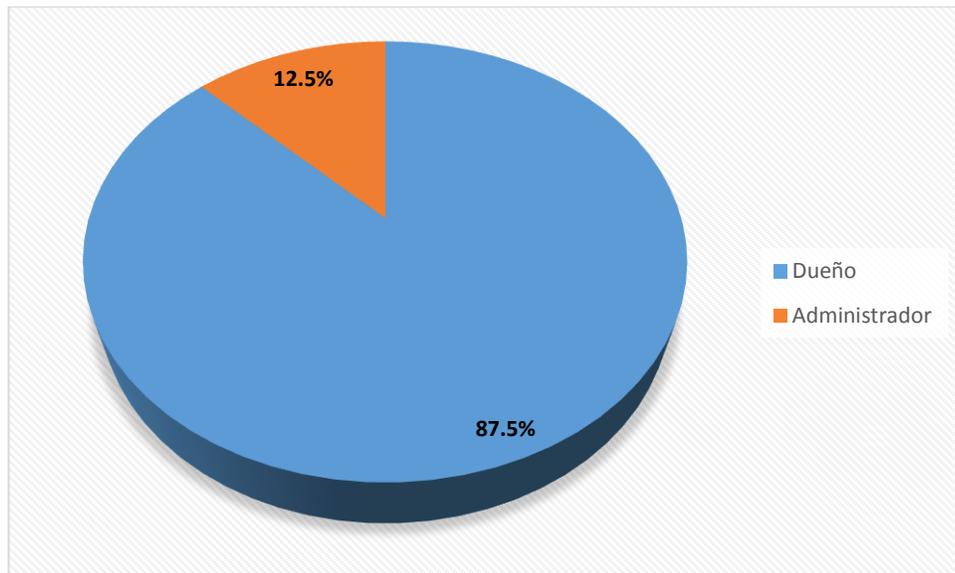


Figura 4. Cargo

Fuente: Tabla 1

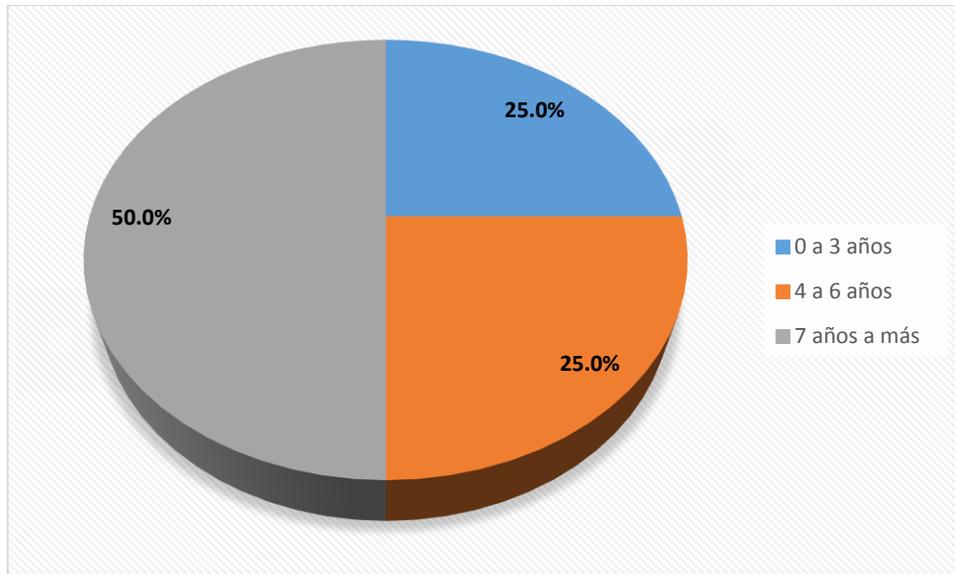


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente: Tabla 1

b) Referente a las micros y pequeñas empresas:

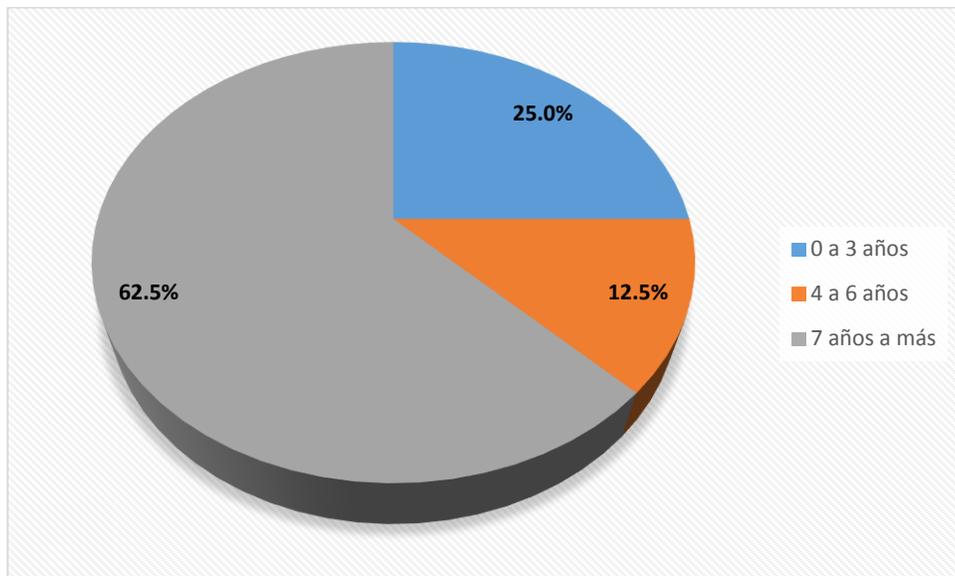


Figura 6. Tiempo en el rubro

Fuente: Tabla 2

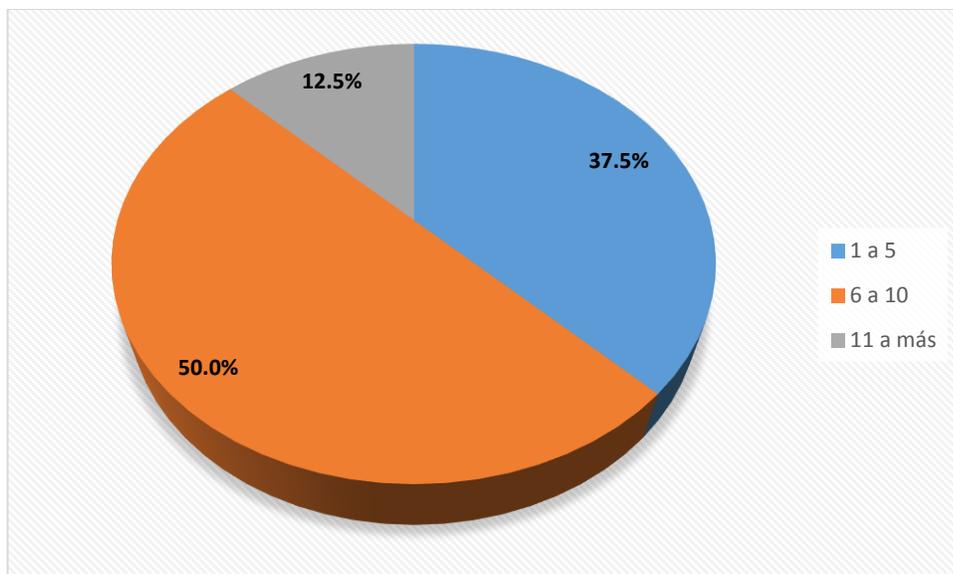


Figura 7. N° de trabajadores

Fuente: Tabla 2

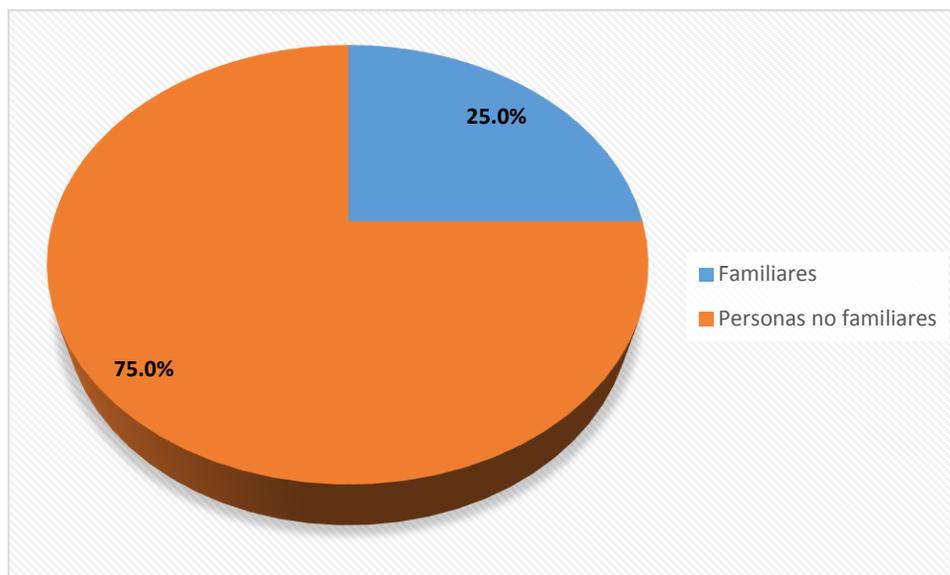


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente: Tabla 2

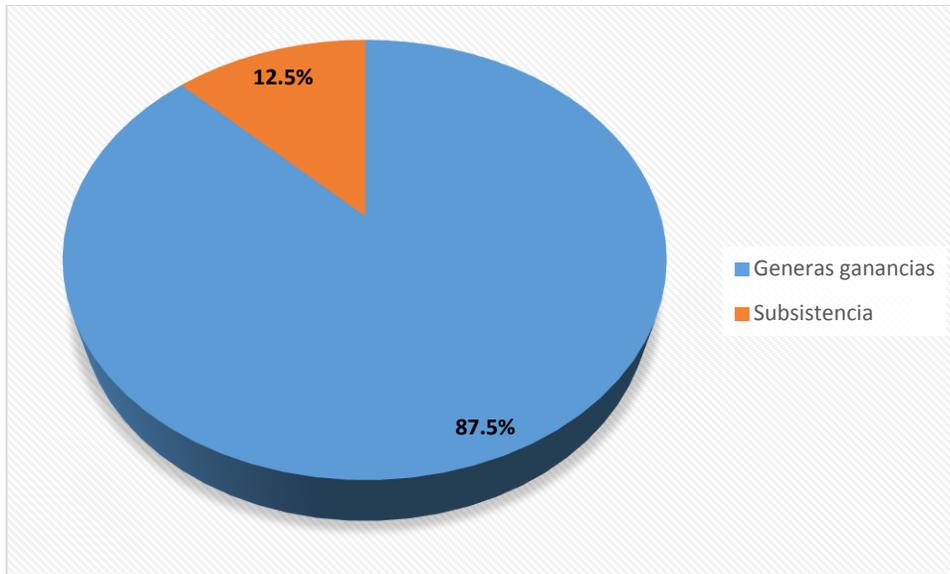


Figura 9. Finalidad de la MYPE

Fuente: Tabla 2

c) Referente a la Gestión de calidad en la atención al cliente en las micros y pequeñas empresas:

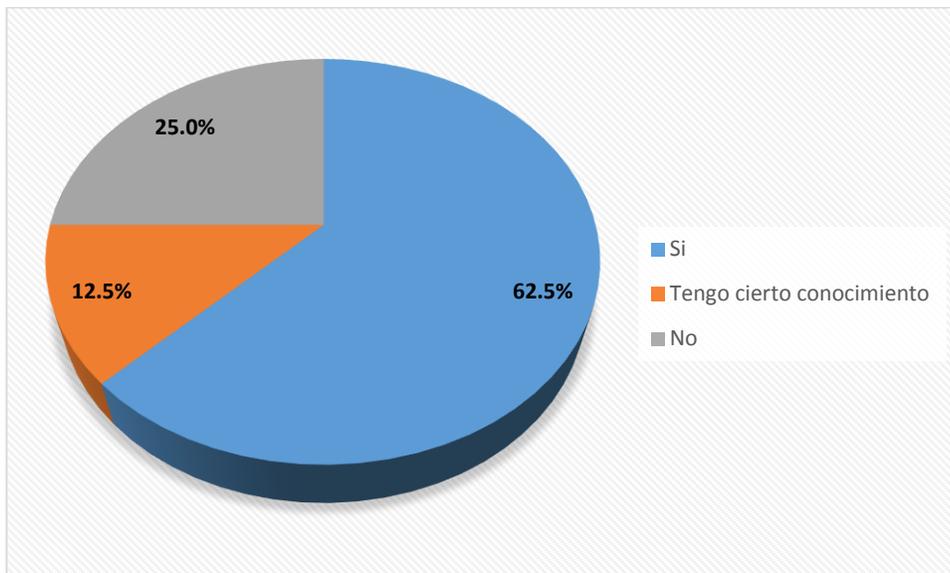


Figura 10. Conocen el término gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

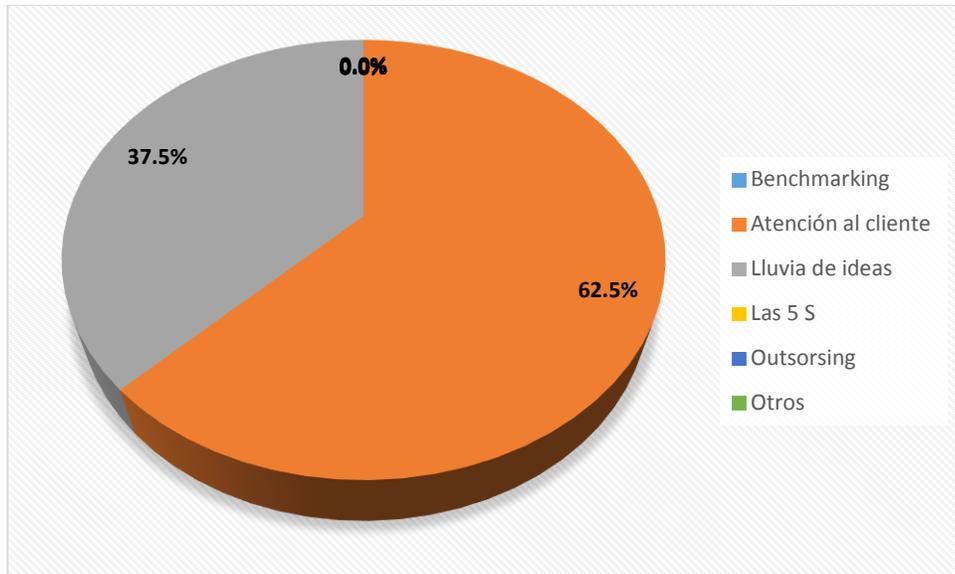


Figura 11. Herramientas de gestión de calidad que aplica

Fuente: Tabla 3

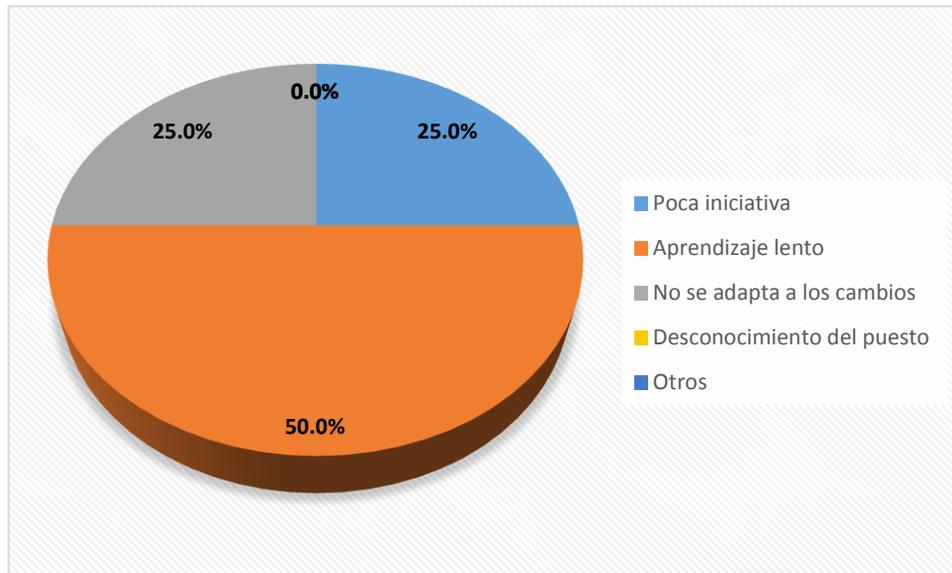


Figura 12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

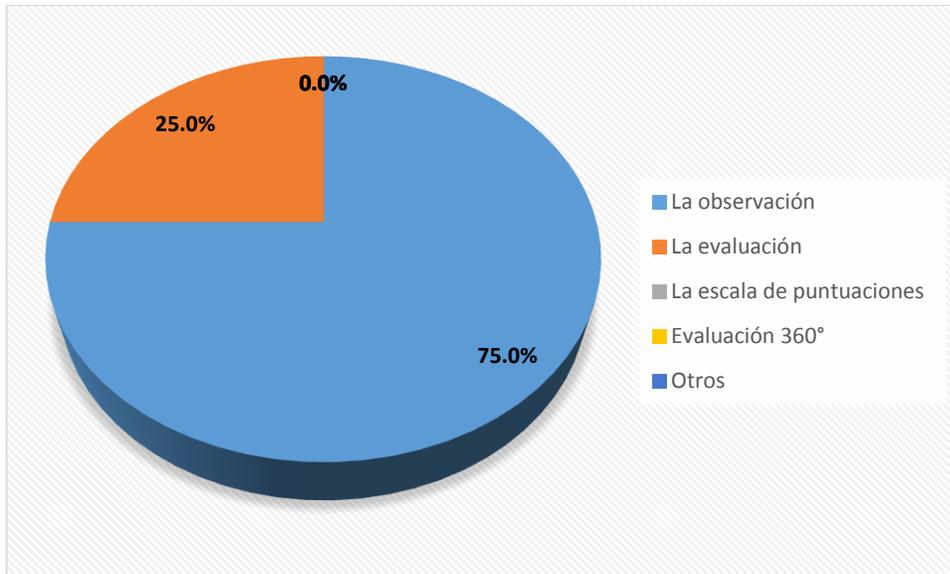


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento

Fuente: Tabla 3

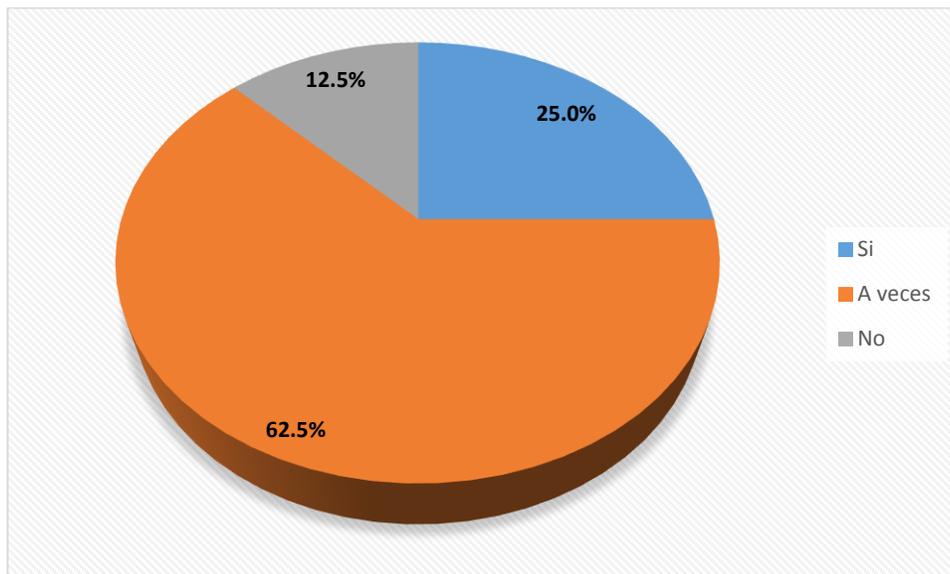


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa

Fuente: Tabla 3

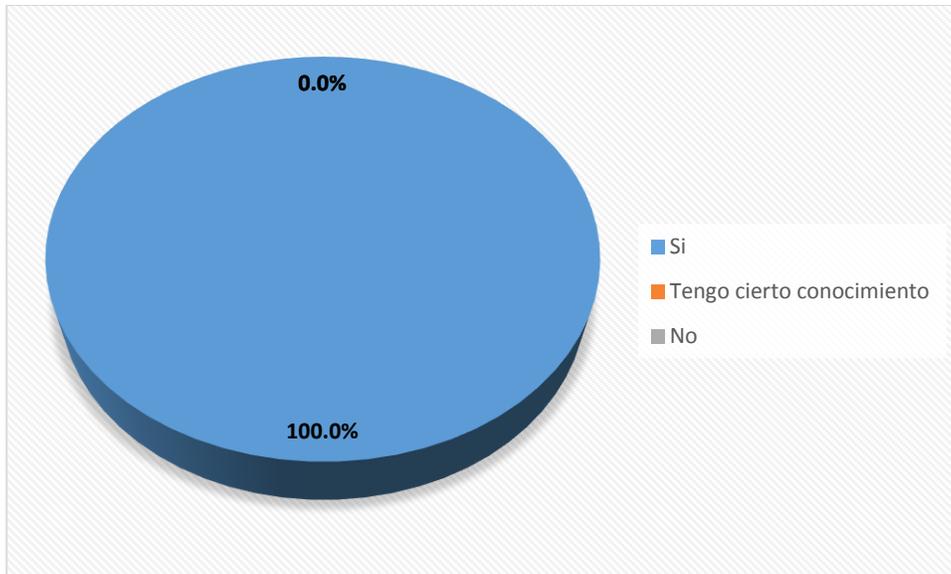


Figura 15. Termino atención al cliente

Fuente: Tabla 3

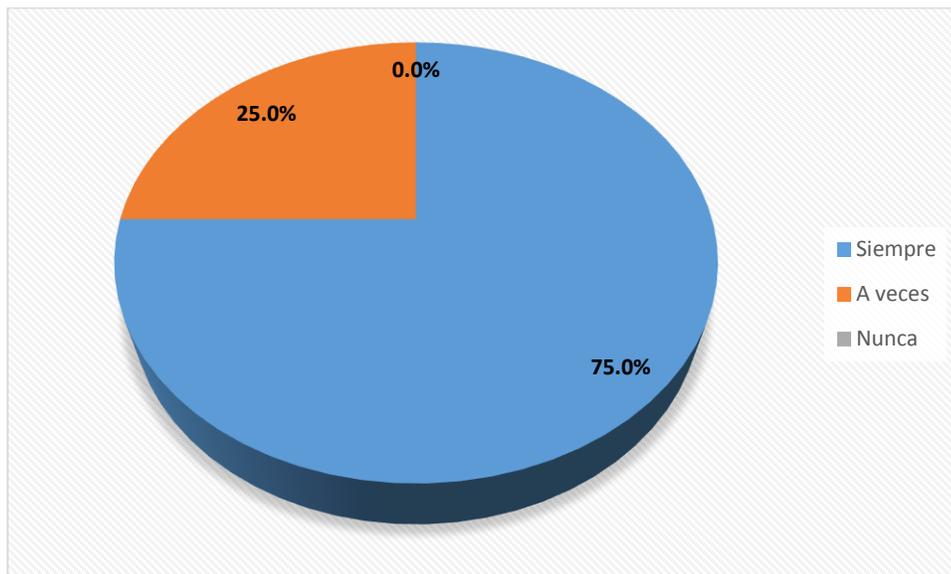


Figura 16. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes

Fuente: Tabla 3

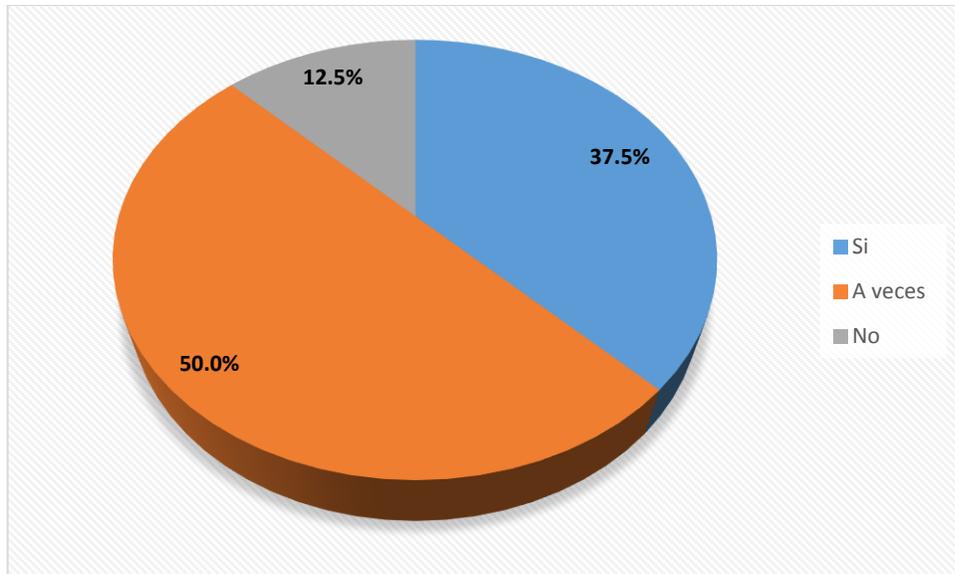


Figura 17. La atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento

Fuente: Tabla 3

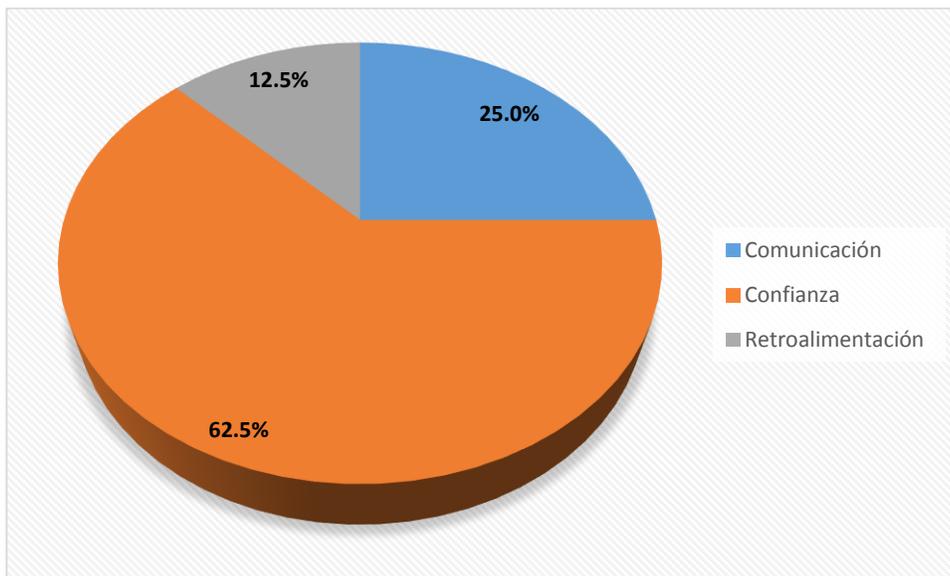


Figura 18. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad

Fuente: Tabla 3

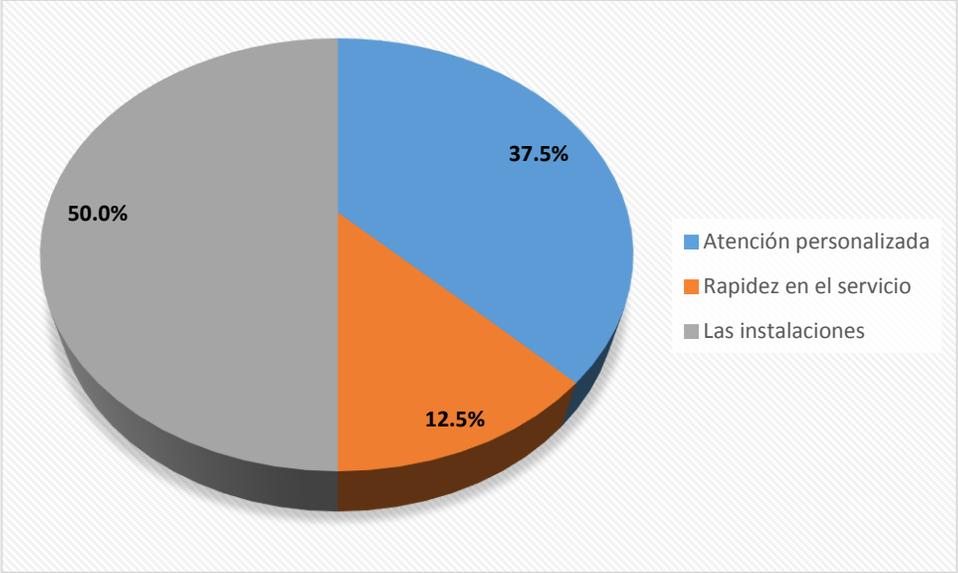


Figura 19. Factores de calidad al servicio

Fuente: Tabla 3

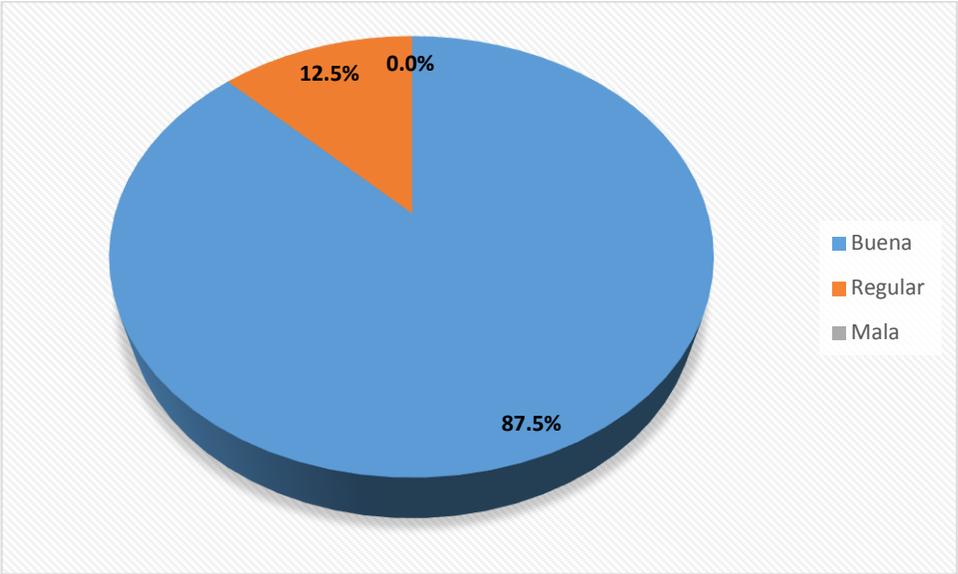


Figura 20. La atención que brinda al cliente es:

Fuente: Tabla 3

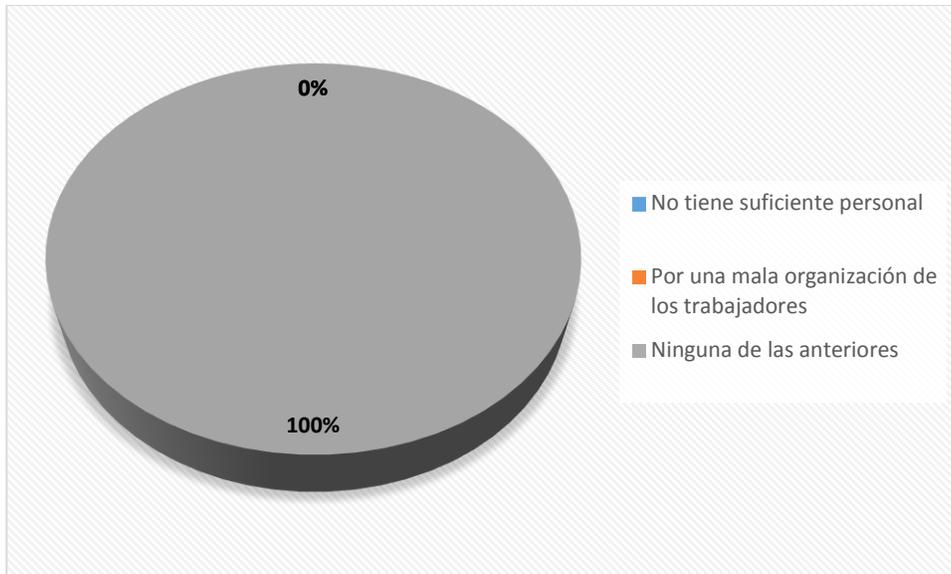


Figura 21. Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente

Fuente: Tabla 3

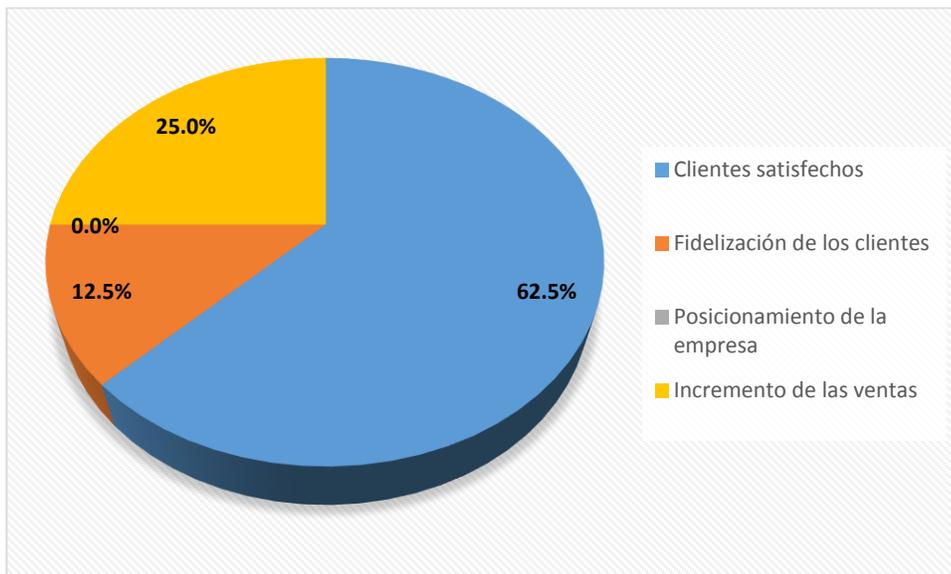


Figura 22. Resultados de una buena atención

Fuente: Tabla 3