



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE
EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO,
RUBRO RESTAURANT, CENTRO HISTÓRICO, TRUJILLO,
2019**

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

AUTOR

**GERONIMO CASTILLO, EDIN MILER
ORCID: 0000-0001-7277-7247**

ASESOR

**REBAZA ALFARO, CARLOS ENALDO
ORCID: 0000-0002-5066-5794**

TRUJILLO – PERÚ

2019

Título de la tesis

La Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Geronimo Castillo, Edin Miler

ORCID: 0000-0001-7277-7247

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado

Trujillo, Perú

ASESOR

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo

ORCID: 0000-0002-5066-5794

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera Y Administrativas, Escuela Profesional de Administración.

Trujillo, Perú

JURADO

Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

ORCID: 0000-0003-0829-1511

Rubio Cabrera, Medardo Hermogenes

ORCID:0000-0002-3094-0218

Rivera Prieto, Hector Ascension

ORCID: 0000-0002-3924-3048

HOJA FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio
Presidente

Rubio Cabrera, Medardo Hermogenes
Miembro

Rivera Prieto, Hector Ascension
Miembro

Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo
Asesor

HOJA DE AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a DIOS, por permitirme un día más de vida, a la vez por brindarme las fuerzas necesarias para seguir luchando por mis objetivos y metas. Y a la valentía que tengo para seguir adelante y sacrificando todo.; en este ámbito también poder auto - financiarme durante toda la carrera y costear todos los gastos que se requirió.

A mi Madre, Rosa Castillo borda, por su apoyo y dedicación incondicional desde que nací hasta terminar mi Carrera de administración.

A mi Hermano, Yosimar Geronimo Castillo, también por el apoyo desde que nací, además estar como apoyo paternal y brindarme la confianza que necesitaba.

Por último, agradecer a mis amigos y terceros que me ayudaron con un granito de arena, por estar pendiente en el momento que más lo necesitaba y a pesar de todos malos momentos, ahí estuvieron presentes y brindándome su apoyo moral. Y al Mgtr. Rebaza Alfaro, Carlos Enaldo, quien estoy agradecido por brindarme su dedicación y enseñanza, a los demás docentes desde el primer ciclo hasta el final de mi estadía por la universidad; a la Universidad católica los Ángeles de Chimbote ULADECH. Los cuales nos enseñan para forjarnos un futuro competitivo y a la vez formarnos como personas de bien. ¡GRACIAS A TODOS!

HOJA DE DEDICATORIA

A **mi DIOS**, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por darme sabiduría para escoger a personas adecuadas en mi desarrollo personal y profesional.

A mi Madre, Rosa Castillo Borda y **Hermano**, Yosimar Geronimo Castillo, a ellos que siempre me apoyan incondicionalmente en la parte moral para poder llegar a ser un profesional competente y de bien.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019. La investigación es de tipo no experimental, transversal, descriptivo; para recolección de información se utilizó un sondeo realizado por el autor y datos brindados por la municipalidad, donde se determinó una población de 30 Mypes, la muestra fue a 16 representantes de las Mypes con preguntas cerradas y aplicando la encuesta. Se obtuvo los siguientes resultados: 62.5% de los representantes están entre los 18 a 30 años de edad, 62.5% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas Mypes son femeninas, 56.25% de las Mypes se encuentra en oficio entre 0 a 3 años de antigüedad, 68.75 de las Mypes indicó que, si conocen el término gestión de calidad, 75% de las Mypes conocen el termino la atención al cliente y desconocen las damas. 93.75% de las Mypes respondieron sí conocían el término de Atención al Cliente, 100% de los representantes de las Mypes respondieron que la atención al cliente si es fundamental para el regreso del cliente. Se concluyó que las empresas están representadas por jóvenes, son mujeres; conocen la gestión y la Atención al Cliente, además están en pleno desarrollo y que escasean de algunas técnicas, poner mayor énfasis en las demás técnicas planteadas.

Palabras clave: Atención al Cliente, gestión y mejora.

ABSTRACT

The research had as a general objective to determine Customer Service as a relevant factor in quality management and improvement plan in the Micro and Small Companies of the service sector, restaurant area, Historic Center, Trujillo, 2019. The research is non-experimental type, transversal, descriptive; To collect information, a survey was carried out by the author and data provided by the municipality, where a population of 30 Mypes was determined, the sample went to 16 representatives of the Mypes with closed questions and applying the survey. The following results are obtained: 62.5% of the representatives are between 18 and 30 years of age, 62.5% of the representatives of the Micro and Small Business Mypes are female, 56, 25% of the Mypes are ex officio between 0 to 3 years old, 68.75 of the Mypes indicated that if they know the term quality management, 75% of the Mypes know the term customer service and the ladies are unaware. 93.75% of the Mypes responded if they knew the term of Customer Service, 100% of the representatives of the Mypes responded that customer service is essential for the return of the client. It was concluded that companies are represented by young people, they are women; They know the management and Customer Service, they are also in full development and they are lacking in some techniques, placing greater emphasis on the other techniques proposed.

Keywords: Customer Service, management and improvement.

CONTENIDO

Titulo de la tesis.....	ii
Equipo de trabajo	iii
Hoja firma de jurado y asesor	iv
Hoja de agradecimiento	v
Hoja de dedicatoria	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Contenido.....	ix
Índice de tablas y figuras	x
I. Introducción	1
II. Revisión de la literatura	12
III. Hipótesis.....	34
IV. Metodología.....	35
4.1 Diseño de la investigación	35
4.2. Población y muestra.	36
4.3. Definición y operacionalización de variables	37
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
4.5. Plan de análisis.....	43
4.6. Matriz de consistencia.....	44
4.7. Principios éticos	47
V. Resultados	48
5.1 Resultados	48
5.2 Análisis de resultados.....	62
VI. Conclusiones	72
Aspectos complementarios.....	75
Referencias bibliográficas	90
Anexos.....	95

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Referentes a las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.	48
Tabla 02: Características de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.	49
Tabla 03: Referente a la variable gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.....	50
Tabla 04: Referente a la atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01: Edad del representante	75
Figura 02: Género del representante.....	75
Figura 03: Grado de instrucción del representante	76
Figura 04: Cargo del representante.....	76
Figura 05: Tiempo en el cargo de los representantes	77
Figura 06: Tiempo de permanencia de las MYPE.....	77
Figura 07: Números de trabajadores en las MYPE	78
Figura 08: Tipos de trabajadores en las MYPE.....	78
Figura 09: Objetivo de las MYPE	79
Figura 10: Recursos para un plan de mejora de las MYPE.....	79
Figura 11: Conoce el termino gestion de calidad en las MYPE.....	80

Figura 12: Conoce tecnicas modernas en su gestion de calidad en las MYPE	80
Figura 13: Dificultades que encuentre en su gestion de calidad en las MYPE	81
Figura 14: Técnicas que encuentre en su gestion de calidad en las MYPES.....	81
Figura 15: La gestión de calidad contribuye a mejorar en las MYPES.....	82
Figura 16: La gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos en las MYPE.....	82
Figura 17: Un factor relevante la gestión de calidad en las MYPE.....	83
Figura 18: Conoce el término Atención al Cliente en las MYPE.....	83
Figura 19: Aplica la gestión de calidad en Atención al Cliente en las MYPE.....	84
Figura 20: Atención al Cliente es fundamental en las MYPE.....	84
Figura 21: Herramientas en la Atención al Cliente en las MYPE.....	85
Figura 22: Herramientas en la Atención al Cliente en las MYPE.....	85
Figura 23: La Atención al Cliente en las MYPE.....	86
Figura 24: Resultados en la Atención al Cliente en las MYPE.....	86
Figura 25: La Atención al Cliente es un factor relevante en en su gestion	87
Figura 26: La Atención al Cliente es un factor relevante en las MYPE.....	87
Figura 27: Mejora la Atención al Cliente en las MYPE.....	88
Figura 28: Estrategias para mejorar la Atención al Cliente en las MYPE.....	88
Figura 29: Normas que se emplea para la Atención al Cliente en las MYPE.....	89

I. INTRODUCCIÓN

La economía informal no parece ser un fenómeno exclusivo de los países en vía desarrollo, también se encuentra en algunos países avanzados, pero hoy en día, la globalización de la economía ha cogido mayor empuje con las Mypes, también al mundo desarrollado en la práctica de producir riqueza y crear empleo fuera del marco legal, abordando como objetivo principal como: la economía emergente en distintos rubros, dando mayor importancia el sector comercio (gastronomía), por ello se recalcará el valor que tiene en el crecimiento y la importancia que tienen los países desarrollados y en proceso desarrollo.

Según el Instituto de Estudios Superiores de Administración IESA, (2018). De acuerdo a la nueva ley de Venezuela en el (2014) las Mypes se clasifican por Pequeñas Industrias donde se genera una facturación anual de 200.000 Unidades Tributarias (UT). Las últimas cifras que se ha publicado apuntan al menos, 1,368.000 Pequeñas Industrias, de las cuales 56,000 son activas en el rubro de comercio y servicio, 12.000 en manufacturas, por las cuales dan empleo a 9.000.000 de venezolanos estadísticamente ocupa un 73% de los puestos de empleo del país. Por ende, la gran mayoría está enfocado al sector comercio y servicio, son proyectos de emprendimiento de poca inversión, de carácter unipersonal o familiar y se orientan a resolver necesidades económicas, como lo son peluquerías; centros estéticos, ventas de alimentos, etc. Este mismo informe podemos resaltar que las pymes o pequeñas industrias en Venezuela son proyectos de poca inversión debido a la misma situación económica nacional y al poco respaldo financiero de la banca privada. (Consecomercio) indico que en los últimos 10 años se han cerrado 500.000 pequeñas industrias.

Debido al gran creciente comercio informal presentado en Ecuador en los últimos años, debidamente generado por la crisis bancaria en el año 1999. Ecuador ha soportado problemáticas de modo social, económico y cultural e incluso política. En el siguiente contexto, se buscó

disminuir de toda la forma posible dicho impacto, se analizó las situaciones y las causas, por la cual el cambio dependía de las políticas de estado. Por otro lado, estadísticamente en el mes de septiembre del 2015 se registró un 40,6% del total de las personas correspondían a una parte del sector servicio y comercio, mientras tanto en el 2016 del mes de septiembre, esta informalidad de la misma índole incremento al 44,5%., Y se acordó que cuyo fin es reducir la informalidad. Referencio (Gonzales y Cabrera, 2018).

En Chile, se realizó un estudio de 1.992.578 Micro Emprendedores, siendo el 52% informales y el 47.8% formales. Así mismo, el 37,9% nos presenta un alto nivel de informalidad, es decir, no genera actividades en el servicio de impuestos, no tienen ningún tipo de registro contable y/o patente municipal. El Micro Emprendedor informal se presenta de la siguiente manera: el 23,1% es por cese de contrato, el 17,3% es por responsabilidades familiares, y el 10,6% motivación de emprendimiento. Además, el 37,7% consideran que su registro no es esencial para su funcionamiento, no formalizan porque creen que su negocio es demasiado pequeño un 31%. Respecto al desarrollo de los negocios informales, principalmente en negocio se desarrolla en el sector servicio y comercio de casa 21,9%, espacio público 21,2% y dentro de una vivienda no visible 18,3%.

El 50% de los negocios informales tienen 8 años en el mercado, el 35% rango es de 0 a 3 años de antigüedad. Se puede apreciar que el 78,2% de negocios informales cuentan con un promedio de no más de 1 trabajador incluyendo el dueño, mientras que en los formales la participación se distribuye en un 51,6% con el trabajador, el 20,4% con 2 trabajadores y el 8,6% posee 3 trabajadores. El 45,8% de los microempresarios informales ganan entre 0 a 30,000 pesos, y 3,9 gana 900 mil pesos mensuales. El porcentaje de Micro Emprendedores informales en los años 2015 y 2017 un 1,8%. El nivel de formalidad de las mujeres aumento de un 35,3% en el año

2015 al 2017 un 36,7%, también afirma que los hombres tienen un alza de tasa de crecimiento mayor que las mujeres. (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2018).

Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI, (junio 2019). Realizó un análisis en el sector servicio en el rubro de restaurantes (comida y bebida), INEI concluye que en la actividad de restaurantes aumento un 4,75%. El grupo de restaurantes se registró un incremento de 3,93% debidamente impulsado por alguna Mypes de comidas rápidas, restaurantes, carnes y parrillas, chifas, cubicherías y comida criolla, en propuesta de redes de crecimiento de: ambientes con locales de entretenimientos, realización de eventos, espectáculos en vivo, show artístico, etc. Así mismo, hubo mayor influencia sandwicherías, restaurantes turísticos, heladería, dulcerías. Sin embargo, se registró menor actividad, en comparación del 2018, de los negocios de pollerías y pizzerías. Otras actividades de servicio de comida 7,96%, el crecimiento fue debido a los préstamos bancarios y contratos con los centros comerciales, clínicas, hospitales, inmobiliarias, empresas industriales, etc., como también comida para contratistas.

Por otro lado, la bebida también tuvo un crecimiento de un 4,54%, en consecuentemente, los catering también logran aprovechar el momento en los que realizaron servicio de preparación y distribución de alimentos para eventos, en respuesta de clientes como es: matrimonios, bautizos, baby shower, fiestas de gala, etc. tuvieron un crecimiento de un 81,29%, cabe destacar que en el año 2019 hubo un incremento debido a los panamericanos y parapanamericanos.

En el Perú el 83,5% de las Mypes son informales, además, el 90% de las empresas con menos de 50 trabajadores que se desarrollan en el país tienen un tiempo de vida de 10 meses. La informalidad de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes), en el Perú continuó creciendo, de un 79,2% a 83,5% correspondiente al periodo 2016 y 2017. En los registros del 2017, en el Perú

existen 5,9 millones de Mypes y dan empleo a 8,2 millones de personas. De estas, donde el 65,7% no recibía una remuneración formal (5,387.400) trabajadores. En un 68,8% de la fuerza laboral de las Mypes representa el vínculo de la mano de obra familiar, también se resaltó el objetivo, que la fuerza del comercio de las Mypes en un 56,4% son las exportaciones. Donde la mayoría estuvo destinado al sector metal-mecánico 19%, textil 15% y agropecuario 13%. Revelo el gremio privado que agrupa a las principales empresas vinculadas al comercio exterior en el Perú (Comex Perú, 2016 y 2017).

En la región La Libertad, la informalidad abarco un 60% en las Mypes, según la Gerencia Regional de Producción, en la región existen un aproximado de 70,000 Mypes, de las cuales se manifiesta cambiar la realidad, y las instituciones están comprometidas con la capacitación, formalización e innovación de los emprendedores del sector comercio, servicio y producción ya que son muy importantes en la economía liberteña. Afirmo (Cámara de Comercio, 2019).

En el sector restaurantes ha sido afectado indirectamente por la informalidad de algunos vendedores ambulantes y emigrantes, el alcalde de Trujillo indico que un 20% son ambulante peruano y otro 20 % venezolanos. El Jefe de Seguridad Daniel Marcelo confirmo que tiene como objetivo General: combatir la informalidad ya que en un 60% de la informalidad lo genera los mismos propietarios de la av. España que es comercio de ropa y eso da cabida al incremento de la informalidad en la ciudad de Trujillo, haciendo un cuestionario “ ¿A dónde se está yendo el dinero?” suponiendo que los ambulantes de Venezuela incremento la informalidad y reducción del PBI interno, del mismo hecho que el dinero no se queda en el país. (Diario Correo, 15 de Diciembre, 2018).

El 43% de las Mypes de la Ciudad de Trujillo son informales, revelo el Subgerente de Desarrollo Empresarial de la Municipalidad Provincial de Trujillo, además preciso que de un promedio de 3 a 4 Mypes que se formalizan en la mayor parte son del rubro servicios, inmobiliarios, entre otros rubros también señalo que las Mypes más crecientes y mayor enfoque que se le brindan son del siguiente rubros como: hoteles, restaurantes, comercio, etc y además representan el 99,6% en su totalidad de las empresas de la región (Diario la República ,13 de Mayo 2019).

Por lo cual, las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) tienen que aplicar un servicio adecuado en la atención al cliente, teniendo como factor relevante a la gestión de calidad, no obstante redundar en el plan de mejora, cabe recalcar que el plan de mejora servirá para reparar algunos detalles observado en la investigación planteada bajo la encuesta, además un punto crítico que se podría mejorar es la técnica del benchmarking para aprender y mejorar, ya que debemos entender que es un sector de cambios constantes, cada vez el mercado es más competitivo y trata de mejorar en la atención al cliente por que reconocen que de ellos depende el flote de su empresa y el consumidor es bastante exigente, obtener su fidelidad y así lograr posicionarse y tener éxito, y para dar a conocer la información más relevante, se planteó el siguiente enunciado: **¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019?**. Para la conclusión de la investigación se planteó los siguientes objetivos: **Objetivo general:** Determinar la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Y como **Objetivos específicos:** Determinar las características de los representantes de las Mypes en la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019; Determinar las características de las Mypes del sector servicio, rubro restaurant del Centro Histórico, Trujillo, 2019; Determinar las características de la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019.; Elaborar un plan de mejora en función de los resultados de la investigación que se realizó a las Mypes sobre la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019. En la **justificación** que tuvo la investigación, fue para determinar las características de los representantes de las Mypes en la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

También, se justifica por que determinó las características de las Mypes del sector servicio en la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019. Además, se justica por que determinó las características de la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019. Por lo cual, se justifica para elaborar un plan de mejora en función de los resultados de la investigación que se realizó a las Mypes sobre la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019. Por otro lado, se tomó en cuenta que los clientes hoy en día son muy exigentes y selectivos, en otro contexto las Mypes

del rubro de restaurantes ahora se ve que es un sector muy competitivo; por lo visto esta investigación será mediante la realización una investigación que servirá para encontrar la Atención del Cliente como factor relevante en la gestión de la calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Y Se justifica porque este proyecto ayudara a otros investigadores a tomar en cuenta la metodología y el planteamiento, así como el enfoque a las Mypes en diferentes objetivos específicos y en la variable de Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora. En el análisis de la investigación de forma experimental descriptiva en la cual la variable a desarrollar es la atención al cliente en la gestión de la calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas; se tomaron en consideración antecedentes locales, nacionales, internacionales. En conclusión esta investigación llega a la justificación ya que permite ayudar a las Mypes realizar estudios orientado a la obtención de la competitividad en su mejor concordancia de los clientes potenciales y exigentes de una buena atención en el servicio a realizar , por eso los mejores ingresos que se efectúan es por la atención al cliente ;por la misma razón será un ejemplo para los siguientes investigaciones a realizar, en cuanto a la variable la atención del cliente; en conclusión es un requisito para la adquisición de mi título, en muestra a un aporte creciente y crucial de la universidad ULADECH CATOLICA.

Se justifica por que ayudó a conocer de una manera muy profunda la Atención al Cliente en el rubro de restaurantes, ya que en este ambiente es muy amplio y completo, por el mismo hecho de realizarse con personas y enfocarse en la sensibilidad humana, además nos ayuda a conocer distintos caracteres intra e interpersonales, donde los resultados ayudan a conocer más a fondo las debilidades y las fortalezas de las 30 Mypes en el rubro de restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019. Además, se planteó que las empresas tengan consideración con los empleados para que ellos

puedan desempeñarse eficazmente con voluntad propia y no de una manera exigente por parte del empleador. En la **Metodología** empleada en la investigación fue de tipo Cuantitativo: El tipo de investigación que se tomó fue de manera cuantitativo porque para la recolección de datos se planteó una encuesta, en la cual el proyectó a evaluar fue a N = 30 Micro y Pequeñas Empresas (Mypes), donde se realizó un sondeo por todo el centro histórico, Trujillo y otra parte se tomó en cuenta datos de la municipalidad, por lo tanto se evaluó porcentualmente, cantidades, números estadísticos, tabulaciones, resultados y el análisis de resultados. Y su nivel de la investigación fue: Descriptivo porque determina la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Y como **resultado** porcentualmente mayor de los representantes en las Mypes se logró obtener: Referente tabla 01, Edad de los representantes 18 – 30 un 62.5%; género, femenino 62.5%; grado de instrucción, superior universitaria 87.5%; cargo, administrador 68.75%; tiempo en el mercado, 0 a 3 años 62.5%. Referente a la tabla 02, tiempo de permanencia de la empresa, 0 a 3 años 56,25%; número de trabajadores, 1 a 5 81.25%; las personas que trabajan en su empresa, personas no familiares 81.25%; objetivos de la empresa, generar ganancia 93.75%; recursos que utiliza para un plan de mejora, relación entre trabajadores 50%. Referente a la tabla 03, conoce el término de gestión de calidad, si un 68.75%; Técnicas modernas que utiliza en la gestión de calidad, atención al cliente 75%; dificultades que encuentra en su gestión, otros que no son como, poca iniciativa, aprendizaje lento, no se adapta a los cambios, desconocimiento del puesto, en otros tuvo un 50%; técnicas modernas que emplea en su gestión, la observación 50%; la gestión de la calidad contribuye a la mejora, si contribuyen 100%; gestión ayuda a alcanzar objetivos, si ayuda respondieron 81.25%; que factor relevante usa en su gestión, trabajo en equipo un 68.75%.

Referente a la tabla 04, conoce el término Atención al Cliente, si un 93.75%; aplica gestión de calidad en la atención al cliente, si un 75%; atención al cliente es fundamental, si un 100%; herramientas que emplea en la Atención al Cliente, comunicación 56.25%; principal factores que utiliza, rapidez en la entrega de productos 56.25%; atención al Cliente en su empresa es, buena un 62.5%; resultados de una buena atención al cliente, clientes satisfechos un 50%; La Atención al Cliente es un factor relevante en su gestión, si un 93.75%; cree que Atención al Cliente es un factor relevante, si un 100%; mejora la atención al cliente, toda las anteriores como: Amabilidad, capacitación al colaborador, información al cliente en un 62.5%; estrategias en la atención al cliente, toda las anteriores como: Mejorar la calidad del producto, innovación del producto, rapidez en la atención, adecuar el producto en un 43,75%; normas que emplea para la atención al cliente, Normativa del reglamento interno en un 56.25. Y en las **conclusiones de** los resultados se obtuvo:

Referente a la tabla 01, La mayoría con un 62.5 % de las Micro y Pequeñas Empresas son dirigidos por personas adultas con edad de 18 a 30 años, así como también la mayoría con un 62.5% son de sexo femenino, que han estudiado superior universitaria con un 87.5% y la mayoría con un 68.75 cuentan con un cargo de administrador, así como también una mayoría con un 62.5 % de 0 a 3 años está en el mercado. Se le recomienda tener mucha perseverancia, enfocarse en generar productividad para mejorar su empresa y desarrollarse como profesional. Referente a la tabla 02, La mayoría (81.25%) de las Micro y Pequeñas Empresas se encuentra en oficio entre 0 a 3 años de antigüedad con un 56.25%, también con un 81.25% cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores y una mayoría con un 81.25% concluyeron que los trabajadores no son familiares, por ende, su objetivo de su creación fue para generar ganancia con un 93.75%, además los recursos que se utiliza con un 50% tienen una buena relación entre trabajadores. Respecto a las Micro y

Pequeñas Empresas se le recomienda tomar en cuenta su material humano, ya que, de ellos, en una gran parte depende el desarrollo y permanencia en el mercado la empresa.

Referente a la tabla 03, La mayoría con un 68.75% de los representantes de la Micro y Pequeña Empresa (Mypes) nos dice que si conocen el termino gestión de calidad, además sostienen el aporte que tiene las técnicas modernas es la gestión de calidad, la mayoría con un 75% respondieron que es la atención al cliente, por otro lado con un 50% de las dificultades que se le generan en el proceso son otros no a los que se le planteo como: Poca iniciativa, aprendizaje lento, no se adapta a los cambios, desconocimiento del puesto y con un 50% sus técnicas de medición, es la observación, también en su totalidad (100%) afirman que la gestión de calidad contribuye a mejorar su negocio , con un 81.25% ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas, así como también la mayoría con un 68.75% uno de los factores más relevantes utilizados para la gestión de calidad es el trabajo en equipo. Sobre la investigación realizada a las representantes de las Mypes en lo que es la gestión de calidad que aplica en la empresa, se le recordaría que aplique más técnicas modernas de evaluación, en la mayoría deberían profundizar más las dificultades que nos respondieron que fue otros que ellos conocen, enfocarse en solucionar esa problemática. Por qué de allí dependerá una buena atención al cliente, se sabe que un cliente satisfecho, es un cliente que regresa y recomienda.

Referente a la tabla 04, La mayoría con un 93.75% de los representantes de la Micro y Pequeña Empresa (Mypes) tienen de conocimiento el termino atención al cliente, dónde en un 75% aplican la gestión de calidad en la atención al cliente y también en su totalidad (100%) están de acuerdo que la atención al cliente es fundamental, así como también con un 56.25% nos afirman que las herramientas más utilizadas es la comunicación en su empresa, por otro lado con un 56.25% su principal factor es la rapidez en la entrega de sus productos hacen que la mayoría estén contento

y afirmen con un 62.5% que la atención brindada es buena , a la vez con un 50% de sus resultados de una buena atención al cliente , es que se sienten satisfechos ; es así que con un 93.75% de los representantes de las Mypes afirman que sí es un factor relevante en su gestión, también con un total (100%) afirma que sí, la Atención al Cliente es un factor relevante, y con un 62.5% mejorar la atención al cliente se tomó en cuenta fue toda las anteriores como: Amabilidad, capacitación al colaborador, información al cliente; además 43.75% los representantes de las Mypes tienen de conocimiento que las estrategias a utilizar en la atención al cliente fue toda las anteriores como:

Mejorar la calidad del producto, innovación del producto, rapidez en la atención y adecuar el producto a preferencia del cliente, cabe recalcar que ellos siguen en un proceso de mejora con sus productos y servicios, por tal razón con un 56.25 % se dejó evidencia que la mayoría están comprometidos con las normas del reglamento interno para una buena atención al cliente. Ya que todos conocen que la atención al cliente es fundamental para una empresa, se le recomendaría que los representantes conocieran más técnicas Como: Benchmarking, Empowerment, Las 5s, Outsourcing, Así también otras técnicas que a mi parecer es más relevante que la otra como: Evaluación de 360°. Este ayudara que los clientes vean algo novedoso, buen clima laboral, personal bien entrenados y motivados para brindar una buena atención al cliente, entonces el cliente se va a sentir cómodo como si estuviera en su casa, debemos entender que el cliente regresa siempre y cuando colmen todas sus expectativas. La presente investigación consta de las siguientes partes: **Parte 1.-** Introducción, **parte 2.-** Revisión de la literatura, **parte 3.-** Hipótesis, **parte 4.-** Metodología, **parte 5.-** Resultados, Conclusiones, Aspectos complementarios, Referencias bibliográficos, y Anexos.

II REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Al respecto García & Lindao (2016) en su tesis de grado previo a la obtención del título de ingeniero en sistemas de calidad y emprendimiento de la Universidad De Guayaquil la cual lleva por título: “*Propuesta De Un Diseño Para La Implementación De Un Sistema De Gestión Basado En La Norma ISO 9001:2008 Para La Empresa Logísticas Sucursal Guayaquil*”. Por lo cual tuvo como objetivo general: Diseñar un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO-9001:2008, con el propósito de obtener soluciones que ayuden a cumplir con las exigencias comerciales y sociales (tanto para los clientes como para los usuarios), así como también mejorar los procesos de la empresa Logística en la Ciudad de Guayaquil y maximizar la eficiencia y eficacia en el servicio integral.

El diseño metodológico de la investigación es de tipo descriptivo de corte transversal no experimental. Técnica utilizada para recopilar información que se relaciona directamente con la entrevista y el cuestionario, se caracteriza por recoger información por escrito. Teniendo como resultados que existe un 70% de Incumplimiento, 1% que No está Implementado, 18% que Cumple Parcialmente, 7% que está Implementado Casi en su Totalidad y solo un 4% de la Norma que está implementado cumple en su totalidad, existen varios causantes por el cual se ha dado estos porcentajes reflejando los puntos débiles de la empresa. Llegando a la conclusión que En la empresa existen inconsistencias, tales como el caso los procedimientos documentados, ya que no era acorde a la ejecución de dichos procesos, no se contaba con una correcta elaboración y control de registros, no se realizaba seguimiento a las acciones tomadas por no conformidades, escasez de inducciones a los puestos de trabajos.

En el contexto internacional, se citó a Sánchez (2017) quien realizó la investigación: “*Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*”, presentada en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala. Tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad en el servicio al cliente. La evaluación se realizó en una muestra de 70 clientes, 14 colaboradores y 4 directivos, calculado con la fórmula para tamaño de muestra de poblaciones conocidas. En total, el tamaño de la muestra utilizada fue de 88 personas. El instrumento diseñado constó de 22 preguntas para medir percepciones y otro de 22 preguntas para medir expectativas. La evaluación de la calidad del servicio se realizó mediante el método ServQual, con el que se identificó el índice de calidad del servicio y las brechas de insatisfacción de los clientes según las diferencias entre las expectativas y percepciones.

Entre los principales resultados obtenidos a través de la investigación se encuentra una caracterización de los clientes, con la que se determinó la frecuencia de los clientes, la procedencia y los medios publicitarios que mejores resultados han dado. Se determinó un índice de calidad del servicio de -0.18, lo cual indica que las expectativas de los clientes no superan las percepciones por lo que según el método ServQual no existe calidad en el servicio. Se determinó que las brechas de insatisfacción son negativas. Con la evaluación 360 grados se determinó que existen discrepancias entre las percepciones de los colaboradores y los directivos sobre las expectativas de los clientes, lo cual explica que los directivos no conocen lo que sus clientes necesitan.

Mendoza (2015) en su estudio titulado: “*Servicio al cliente en restaurantes de la capital municipal de Jutiapa*”, presentado en la Universidad Rafael Landívar de Guatemala. El principal objetivo del estudio fue: determinar cómo brindan servicio al cliente en los restaurantes de la capital municipal de Jutiapa. Este objetivo se logró mediante la aplicación de un diseño descriptivo y, mientras que las herramientas de recolección de datos continuaron diseñando y estructurando 3

cuestionarios, uno para 13 propietarios y 4 administradores, uno para 49 empleados y los últimos 185 clientes. Se ha llegado a la conclusión de que los gustos de los clientes son los siguientes: higiene, confort y seguridad en la empresa. Si bien las preferencias son: buen servicio, precios cómodos y accesibles, servicio amable, servicio rápido y disponibilidad de todos los productos que ofrecen.

El elemento de calidad identificado en el servicio ofrecido por los restaurantes es el aspecto tangible: limpio y en buenas condiciones, aunque no es muy espacioso, tiene buena iluminación y buena ventilación, muebles y equipo en buenas condiciones, así como la presentación de negocios. Compañeros que usan sus respectivos uniformes. Se ha establecido que los clientes de los restaurantes ubicados en la capital municipal de Jutiapa no están satisfechos con el servicio recibido porque consideran que el precio pagado no es bueno, pareciera que no les importa, hay un retraso en el servicio y confusión de órdenes.

Antúnez (2017) en su investigación: *Gestión de calidad en Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Tuvo el siguiente problema: ¿cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016?* A su vez se planteó el siguiente objetivo general: determina las siguientes características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarmey, 2016 y para poder conseguir su objetivo general planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las Micro Pequeñas Empresas del sector servicios – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey,2016.Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente delas Micro y Pequeñas Empresas del

sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarmey, 2016. Metodología, utilizó el diseño no experimental, transversal – descriptivo.

Esta investigación tuvo los siguientes resultados: Sexo de los representantes. El 63.6% son de género masculino. Grado de institución de representantes: El 45.5% tienen un grado de institución superior. Número de representantes: El 63.6% de las Micro y Pequeñas Empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. Situación legal: El 59.1 de las Micro y Pequeñas Empresas son informales. Tiempo de permanencia de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro: El 68.2% de las Micro y Pequeñas Empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia 7 el rubro. Gestión de calidad: El 59.1% si están aplicando una gestión de calidad e y el 40.9% señalan lo contrario. Conclusiones: Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad, entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de institución superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante en la ciudad de Huarmey: son informales, con un tipo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y de desarrollo con un personal entre 1 a 5 trabajadores.

Respecto a las principales características de la gestión de la calidad en atención al cliente: La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las micro y pequeños empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar oportunidades a familiares, convirtiéndolos así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría de sus representantes no consideran importante la capacitación,

puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de sus ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Álvarez (2015) en su investigación: *“Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013”*. La investigación tuvo por objetivo general: determinar las principales características de la Competitividad en la micro y pequeñas empresas del sector Comercio – rubro venta minorista de Lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013. Fue tipo cuantitativa – nivel descriptivo, se escogió una muestra de 15 micro y pequeñas empresas de una población de 30 MYPES, a las que se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas cerradas a través de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 47% tiene una edad entre 31 a 45 años, el 40% en estado civil soltero, y el 73% con estudios superiores universitarios. El 67% desarrolla la actividad por más de 4 años y el 100% cuenta con 1 a 5 trabajadores. El 100% considera que su empresa es competitiva, el 100% tienen ventajas competitivas, el 100% venden productos de calidad, el 100% considera que una empresa competitiva genera mayor rentabilidad, el 100% considera que el trato de su personal hacia los usuarios es considerado y amable, el 93% brinda un servicio rápido a sus clientes, el 87% sus clientes recomiendan los servicios a sus colegas o contactos, el 67% cuenta con un local e infraestructura moderna, el 67% compra insumos a menor precio.

Estrada (2015) en su investigación: *“Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro lubricantes de la Av. Pardo cdra. 11 del distrito de Chimbote, 2013”*. La presente investigación tuvo por objetivo general: determinar las

principales características del financiamiento en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro Lubricantes de la Av. Pardo cdra.11 del Distrito de Chimbote, 2013. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel Descriptivo, diseño No experimental/ transversal, se utilizó una población muestral de 6 MYPE a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 12 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 50% de los representantes legales de las MYPE tienen edad de entre 31 a 50 años. El 88.3 % son de sexo masculino, el 50% tienen grado de instrucción superior no universitario. El 100% de las MYPE tienen de 5 a más años de presencia en el mercado, el 66.7% tienen de 01-05 trabajadores. El 100% tienen como objetivo obtener rentabilidad. El 100% ha solicitado y recibido un crédito, el 100% respondieron que el monto de crédito solicitado y recibido fue de S/. 5001 a más, el 100% solicitaron y se le otorgó crédito en el Sistema Bancario. El 83.3% han pagado entre 21% a más de tasa de interés por el crédito solicitado, el 100% invirtió el dinero recibido en capital de trabajo, el 100% del financiamiento recibido ha permitido el desarrollo de su empresa.

En el contexto local, se consideró a García (2015) en su investigación: “*Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las Mype del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz - Huancabamba, 2015*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Tuvo como objetivo general: Establecer las características de la atención al cliente y la capacitación en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Lalaquiz - Huancabamba, año 2015. Se empleó la metodología de investigación de tipo no experimental de corte transversal, siendo los resultados agrupados de acuerdo a las variables de estudio, basado en una muestra de 20 trabajadores y 135 clientes de las MYPE mencionadas, a quienes se les aplicó un cuestionario para estudiar la variable capacitación y otro para la variable atención al cliente, respectivamente. En la investigación se concluye que la atención al cliente de las MYPE del rubro restaurantes en el

distrito de Lalaquiz - Huancabamba, es baja; y los clientes dan mayor relevancia a los aspectos intangibles en búsqueda de satisfacer sus necesidades; por otro lado, se determina que existe necesidades de capacitación en la totalidad de trabajadores; y que generalmente no presentan capacitaciones por lo tanto no se evidencian medios de capacitación formales.

Jara (2011) en su proyecto: plan de calidad de atención del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurant turístico “el mochica” Trujillo 2010 con las siguientes preguntas: ¿cómo realizar un plan de mejora basada en la calidad de atención al cliente del servicio, para la satisfacción de los clientes del restaurante turístico “el mochica” - Trujillo? Teniendo como objetivo general: Realizar un plan de mejoramiento de calidad a la atención del cliente, para la satisfacción de los clientes en el restaurante “El Mochica” – Trujillo. Y además teniendo claro sus objetivos específicos que es: identificar los indicadores del cliente, también conocer las diferentes estrategias que se emplean en el restaurant con relación a la venta de productos y servicios, elaborar un programa donde la calidad de atención del servicio sea la mejor y así satisfacer las necesidades del cliente.

Respecto a la metodología: es método inductivo – deductivo: mediante este método entenderemos la realidad del restaurant. Turístico “El Mochica” S.A.C. – Trujillo, partiendo desde un punto general a lo específico. Método hipotético – deductivo: referencialmente se tomará las conclusiones y/o apreciaciones que se tendrán al terminar el presente trabajo, teniendo un método de análisis sintético: es por ello que nos permite realizar las criticas respectivas analizando la información obtenida para establecer finalmente los resultados. Por lo cual se obtuvo los siguientes resultados: se analiza con respecto a los clientes, 17% la empresa trata de tener satisfecho a sus clientes o comensales, se analiza que falta más enfocarse en las necesidades que satisfagan sus expectativas y así la empresa mediante sus trabajadores puedan desempeñarse mucho mejor.

También es cierto que las atenciones de los mozos no son de lo adecuado ya que mayormente se genera controversia entre ello y así no pueden lograr una atención eficaz, según el cuadro n°5 de la encuesta un 37% opinan que la atención es regular las veces que se atienden a los clientes, se estimó que es debido a los intereses personales que se da en cada uno de los empleados al culminar el día.

Según la encuesta en la calidad de servicio a la atención, una de las observaciones que se tuvo como foco principal para una buena atención al cliente fue mediante charlas, capacitaciones e incentivos, deben mejorar este tipo de afianzamientos, esto va mucho más allá que una simple reunión, es para tener un buen ambiente y a la vez a la satisfacción al cliente. En el cuadro N°8 nos muestra que un 52% opinan que es regular la atención del personal desde su llegada del cliente hasta que se retira del restaurant “el mochica”. El tema importante es el grado de satisfacción que se realiza y se percibe a través de sus servicios, siendo un factor importante para la empresa, teniendo en cuenta la magnitud de compromiso que tiene con la clientela. En el cuadro N° 18 que el 93% consideran la satisfacción.

En conclusiones: la satisfacción a los clientes es esencial para el crecimiento de la empresa. Los clientes esperan mucho como la localidad sea acogedora, ambiente cálido y sobretodo la atención sea de primera por ser uno de los restaurantes más emblemáticos de la ciudad de Trujillo, lograr aciertos de satisfacción a los clientes nos queda claro que generaría mayor rentabilidad y liderazgo, así como quedo plasmado allí arriba. Para ello es necesario conocer cuáles son las necesidades e incomodidades del usuario. La empresa restaurant Turístico “EL MOCHICA” Trujillo S.A.C. deben ponerse más énfasis en los indicadores de medición de la satisfacción del cliente como el tema principal el servicio percibido, factores de influencia, mayor valor al cliente involucrados la empresa y el colaborador, con un objetivo de desarrollar una atención de calidad.

2.2. Bases teóricas y Marco Conceptual

Las Mypes:

Ley n° 28015 ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa (promulgada el 3 de julio del 2003)

Disposiciones Generales

Según la ley de promoción y formalización en el artículo 1° *objetivo de la ley*. - La presente ley tiene como objetivo general. generar la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) para aumentar el empleo sostenible, productividad y rentabilidad, también su contribución al Producto Bruto Interno (PBI), el incremento del mercado interno, las exportaciones y colaboración a la recaudación tributaria.

Nos dice en el artículo 2° *Definición de Micro y Pequeña Empresa*: las MYPES son unidades económicas constituida por una persona natural o jurídica, de cualquier forma de organización o bajo gestión empresarial mediante la vigente legislación, teniendo como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización y prestaciones de servicios o bienes, cuando esta ley se menciona en sigla MYPE, se refiere a las Micro y Pequeñas Empresas, este objeto tiene caracteres relevantes en la presente ley.

Marco Institucional de las Políticas de Promoción y Formalización

En el mencionado podemos ver el artículo 5° *Lineamientos*: El estado en materia de promoción de las MYPE se guía con estos lineamientos de estrategia:

- a) Promueve y realiza programas e instrumentos que dirigen la creación y el desarrollo, la competitividad de las MYPE, en el estrecho y largo plazo y que ayuden a la sostenibilidad económica, financiera y social.
- b) Facilita y promueve la unión de la actividad y desarrollo empresarial, mediante la articulación inter – intersectorial, como también regional y de las relaciones entre unidades

productivas de diferentes tamaños, fomentando la asociatividad de las MYPE y la integración en cadenas productivas, distribuciones y líneas de actividad con ventajas competitivas para la generación de empleo y desarrollo socio económico.

- c) Fomenta el espíritu emprendedor y creativo de la población, realizar la iniciativa e inversión privada, interviniendo actividades en las que crea necesario incrementar las acciones que nos lleva a realizar acciones de mejora en lo privado en apoyo de la importancia de las MYPE.
- d) Se busca la eficiencia por parte de la intervención pública, mediante la especialización y la actividad económica, también de la mano de una buena coordinación y concertación interinstitucional.
- e) Se promueve la información de datos estadísticos, gestiona la actividad pública o privada representado por un elemento de promoción, competitividad y conocimiento de la actividad de las MYPE.
- f) Se enfoca en el buen uso de los recursos dirigidos para la promoción, financiamiento y formalización de las Micro y Pequeñas Empresas, se encuentra organizadas en consorcios, conglomerados o asociaciones.
- g) Propicia el acceso, donde no se condiciona la equidad de género tanto como los hombres y mujeres que laboran en las MYPE, aprovechar las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promoción, formalización y desarrollo.
- h) Enfocada en la participación de los principales representantes de las actividades productivas de las MYPE, que buscan implementar políticas e instrumentos, buscando acciones en los espacios regionales y locales con cadenas productivas y distributivas.

- i) Promueve la asociatividad y agremiación de las empresas, como estrategias de fortalecimiento de las MYPE.
- j) Garantiza el acceso de las MYPE a diferentes características eficaces de los derechos de propiedad intelectual.
- k) Promueve la técnica de los organismos internacionales, orientada al incremento y crecimiento de las MYPE.
- l) Se enfoca en las prestaciones de servicios empresariales por parte de las unidades, por parte de los incentivos en las diferentes etapas de los proyectos, estudio de factibilidad y técnicas para facilitar la propuesta.

De los Consejos Regionales y Locales

En los consejos regionales y locales el *Art. 9° Objeto*. Los Gobiernos Regionales crean, en cada región, un Consejo Regional de la MYPE, con el objeto de promover el desarrollo, la formalización y la competitividad de la MYPE en su ámbito geográfico y su articulación con los planes y programas nacionales, concordante con los lineamientos señalados en el artículo 5° de la presente Ley.

De los Instrumentos de Promoción de las Mypes

En los instrumentos el artículo #15 instrumentos de promoción: se desarrolla la competitividad de las MYPE y de los que recién se desempeñan como emprendedores:

- a) A desarrollar mecanismos empresariales y a enfocarse en el crecimiento de servicio o mercados.
- b) Enfoques a los servicios financieros y a los que generen las mismas.

- c) La facilidad al acceso de Mercado, la información y estadísticas de las MYPE.
- d) Mayor enfoque a la inversión.

De la Capacitación y asistencia Técnica

Debemos tener en cuenta el artículo #16 *ofertas de servicio, capacitación y asistencia técnica*: El país a través de CODEMYPE, supervisa los programas y proyectos entre la oferta y la demanda delineadas a los servicios y capacitaciones, asistencia médica, programas de estrategias, la promoción y la formalización para la competitividad y mejorar en desarrollo y crecimiento de las MYPE, así como se atiende sus requerimientos de capacitación y asistencia técnica, para:

- La creación de empresas.
- La organización y mediante la ley de composición empresarial.
- La gestión empresarial.
- La producción, comercialización, mercadotecnia, financiamiento, productividad.
- La estratégica de actividades económicas.
- Los aspectos tributarios y legales

Los programas mencionados están sujetos a los indicadores del CODEMYPE que incluyan niveles mínimos de cobertura, calidad, contenido e impacto social en la productividad.

Del Acceso a los Mercados y la Información

En este artículo # 22: *comercialización*: El gobierno local y regional mediante las instituciones y órganos, ayudan a sensibilizar la promoción en lo privado, también nos fomentan la idea de organizarnos para realizar eventos y ferias, también en exposiciones internacionales, nacionales y locales, temporales y anuales.

Por otro lado, el contexto del artículo # 24 *información estadístico y base de datos*: el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Mantiene actualizaciones sobre las MYPE en el Perú, aportando grandes estadísticos sobre datos muy importantes de contexto empresarial, promueve a empresas públicas y privadas a procesar y difundir información a distintas jefaturas de N° 063-98.

De la Investigación, Innovación y Servicios Tecnológicos

En este ámbito podemos ver que el artículo # 27. *Oferta de servicios tecnológicos*: el gobierno desliza la oferta de servicios tecnológicos orientados a la gran demanda de las MYPE, como ayuda a las empresas, para facilitar introducirse a los fondos de los financiamientos, teniendo enfoque a los centros de innovación tecnológico empresarial o centros de información, capacitación, asistencia médica, asesoría y consultoría empresarial.

Del Acceso al Financiamiento

En este artículo # 30: *función de COFIDE en la gestión de negocios de las MYPE*: La corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), en el contexto de la ley se ejerce las siguientes funciones:

1. Diseñar metodologías para la realización de productos financieros y tecnológicos que los ayuden a favorecer a las MYPE, sobre todo para estandarización de los productos de manera productiva y financiera, sobre todo minimizando los costos unitarios en su gestión, logrando ganancias favorables de una escala de conformidad, establecida en el artículo 221° de la ley N° 26702 y sus modificaciones.

2. Determinar la conformidad financiera desde el diseño del producto financiero estandarizados, accesibilidad a los mercados compatibles del financiamiento de acuerdo a la normativa vigente.
3. Agregar un sistema donde califique los riesgos para el producto financiado, diseñado por la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS) y colaborar con ellos.
4. Gestionar recursos y direccionarlo a distintas operaciones.
5. Coordinar y hacer un buen seguimiento para facilitar a los negocios de sus distintas actividades, promoviendo la inversión, asesoramiento de las MYPE, supervisadas por la SBS o por la comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores CONASEV.

Gestión de Calidad

La calidad no se puede definir fácilmente, por ser muy importante y subjetiva, la calidad significa llegar a un estándar más valioso en lugar de estar satisfecho con alguno que se encuentre superior de lo que se espera cumplir con dichas expectativas.

- ✓ **Calidad:** Es lograr la satisfacción total de los clientes por medio de un trabajo excelente desde la primera. Según **Chicana (2017)** sostiene que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las organizaciones planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones. Además, según la norma **ISO 9000** es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas que son necesarias para proveer la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos y expectativas de calidad. también se trata de hacer las cosas bien de una manera correcta desde la primera vez donde se puede cumplir con todos los deseos de los clientes.

Objetivo de gestión de calidad: es incrementar la satisfacción del cliente, mediante los procesos de mejora continua, para que las organizaciones apliquen y garanticen su capacidad de ofrecer sus productos que cumplan con las exigencias que soliciten los clientes. Donde **Álvarez (2006)** nos dice que la calidad siempre representara una mejora continua en las cuales todas las organizaciones vienen buscando las necesidades de los clientes para satisfacerles sus necesidades, con una participación activamente en la prestación del servicio.

Saavedra (2018) afirma que la gestión de calidad total está orientada a crear nuevos conocimientos de calidad en todos los procesos que utilizan las Micro y Pequeñas Empresas que vienen implementando en todos los sectores. Desde la manufactura, educación, el gobierno y las industrias de servicios”. Además, “se le denomina total porque concierne a que las Micro y Pequeñas Empresas globalmente considerada y a las personas que trabajan en ella. La calidad es lo bien hecho del trabajo en las diversas actividades.

Deming (2005) nos dice que la calidad es satisfacción del cliente, Se habla de calidad cuando se hacen las cosas bien de una manera correcta donde podamos satisfacer todas las expectativas de los clientes. Además, debemos lograr que los empleados siempre se sientan bien y motivados en su trabajo para que el cliente aprecie su trabajo, podemos decir que existe calidad cuando las necesidades de los clientes son satisfechas por la empresa y están dispuestas a pagar cualquier precio sea, podemos deducir que la calidad es correcta cuando tratamos de investigar en primer lugar las necesidades que tiene los clientes, que los principios de la gestión de calidad tengan el enfoque hacia el cliente.

Riquelme (2017) nos dice que la gestión de calidad es un principio de negociar y garantizar las excelencias en los productos y servicios en los procesos internos de una empresa. Por otro lado, las empresas que usan la información de ellos para identificar debilidades, fallas, área de mejora y

fortalezas. Esto le viene dando a la empresa la capacidad de establecer grandes normas, para realizar ajustes cuando sea necesario donde se puede ofrecer un mayor valor global a su base de clientes. Aunque el enfoque para resolver problemas de calidad varía de acuerdo a los diferentes programas que existen, con el objetivo de seguir siendo el mismo: lo importante es crear un producto o servicio de alta calidad y de alto rendimiento con el objetivo que cumpla y supere las expectativas de los clientes tanto internos y externos, cuando las empresas son creadas y formadas en una gestión de calidad, son creadas de acuerdo a un plan para el éxito. Y también podemos recalcar que un cliente bien atendido, es un cliente fiel y que nos hará publicidad de boca a boca.

Características de la gestión de calidad

- ✓ Se asegura desde su Origen, en la compra de insumos y en la ejecución exacta del trabajo.
- ✓ Se orienta al consumidor sus opiniones, necesidades y expectativas deben integrarse en el diseño de productos y servicios.
- ✓ Es responsabilidad de todos, y se origina desde el diseño de los sistemas directos.
- ✓ Se orienta a las prioridades y depende de la capacitación de innovación tecnológica y el grado de involucramiento de los empleados en el proceso.

Paso para conseguir una certificación de calidad Diagnóstico y planificación: la organización debe realizar diagnósticos con el objetivo de conocer el cumplimiento que tiene la organización según los requisitos de la norma ISO 9001 y a partir del mismo debe diseñar un plan de trabajo donde parte todas sus actividades, sus responsabilidades y pasos que llevara a cabo en la planificación de calidad.

1. **Diseño del sistema:** define todos los elementos que conformará el sistema y establecerá toda la documentación respectiva.

2. **Implementación del sistema:** se diseñan y se registran las metodologías, procesos y áreas del funcionamiento que involucren a la planificación de la calidad.
3. **Auditoria interna:** al implementarse el sistema de gestión de calidad se debe realizar una serie de evaluaciones con el objetivo de confirmar que el mismo cumpla con los requisitos señalados en la norma.
4. **Certificación:** una vez culminado con la comprobación, que el sistema cumpla con todos los requisitos y esta implementado debidamente en la organización, se debe contar con las autoridades que están a cargo de la certificar la norma.

López (2013) nos dice que el servicio es un medio para entregar un producto o un valor a los clientes, facilitándoles los resultados que los clientes buscan y quieren conseguir Calidad en el servicio.

Pizzo (2013) nos dice que la calidad al servicio es nada menos el hábito que vienen practicando las Mypes para interpretar todas las necesidades y expectativas de los clientes y ofrecerles el producto, en otras palabras, el buen servicio es accesible, útil en el momento oportuno seguro y confiable de tal manera que el cliente se sienta satisfecho y aludido.

Características de los servicios: los servicios pueden ser administrativos tanto desde el estado como de los sectores privados, incluso pueden ser mixtos y se pueden definir. como heterogéneos ya que los servicios que se brinda o se presta jamás se pueden identificar por diversas variables o intangibles porque los clientes no pueden tocarlos ni verlos.

Atención al Cliente

Gomes (2006) nos dice que la Atención al Cliente: Es nada menos aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas hacia los clientes con el objetivo de satisfacer su necesidad de los

clientes. Y que todos sus trabajadores deben de conocer sobre la atención al cliente, con el objetivo de brindar una buena atención y poder lograr todos los objetivos de la empresa.

Villacorta (2018) nos dice en atención al cliente es lo que ofrecen las empresas con el fin de relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrecen las empresas con el fin, de que los clientes obtengan los productos en el momento adecuado y lugar adecuado. Tuvo como factores relevantes a:

Objetivos de la atención al cliente

1. **Escuchar siempre al cliente:** se atiende a sus necesidades y a sus requerimientos, lo que se busca es entender cuáles son sus expectativas.
2. **Asesoramiento:** lo que se busca es darle las mejores opciones disponibles de los productos y servicios que satisfagan sus necesidades y deseos.
3. **Responder todas sus inquietudes:** responder a tiempo todas sus inquietudes con el objetivo de mostrar un producto o servicio de calidad.
4. **Aclara sus deudas:** con el objetivo que el cliente se sienta satisfecho con la adquisición del producto o servicio.
5. **Ofrecer todas las garantías:** con el objetivo que el cliente se sienta satisfecho que su decisión es la correcta.
6. **Comprometerse con el cliente:** siempre se debe hacer un seguimiento de satisfacción con el objetivo de saber si el producto o servicios alcanzo sus resultados esperados.

Características de atención al cliente

1. **Habilidad para escuchar:** El representante en la atención al cliente debe saber escuchar todas las necesidades, a la vez él debe plantear las respuestas mientras el cliente habla.

2. **Habilidades para preguntar:** los encargados de la atención al cliente saben que hacer las preguntas correctas pueden arrojar las respuestas necesarias más rápido para resolver a los problemas.
3. **Responsable:** para trabajar en el área de atención al cliente, se debe tener en cuenta todas las responsabilidades que se debe afrontar ya que cubre también las habilidades del gerente de tomar responsabilidades por los errores.
4. **Completo:** el representante debe atender y resolver en la situación oportuno al cliente asta complacerlo.
5. **Entendido:** los agentes de atención al cliente deben ser completamente expertos ya que ellos son los responsables de que lleve a la satisfacción del cliente.
6. **Preciso:** el representante de la atención al cliente debe estar 100% seguro acerca de la indagación, debe ser objetivo junto a las precisiones de hechos, el representante debe ser exacto en las acciones realizadas por parte del cliente
7. **Puntual:** con el objetivo de atender al cliente con la mejor rapidez, y no tenga que esperar en la llamada o atiende por un representante disponible porque esto incomoda al cliente.

Importancia de la atención al cliente Radica en los siguientes aspectos:

- a) La competencia es cada vez más agresiva por lo que uno debe ofrecer algo diferentes Como es los productos agregados.
- b) Los clientes reciben una mejor atención y es por eso que vuelvan a adquirir nuestros productos o servicios o vuelvan a visitarnos.
- c) Si los clientes le brindamos una buena atención es probable que recomienden a otros clientes o consumidores.
- d) Sí los clientes quedan insatisfechos por los productos o servicios, es probable que hablen mal de nuestra empresa y relaten su experiencia con otros consumidores.
- e) Las competencias cada vez se van equipando más en la calidad por lo que marca la diferencia, esto hace que los clientes confíen más en nuestros productos y servicios que les brindemos.

También Villacorta nos habla en:

Proceso de atención al cliente

Es el conjunto de actividades que realizamos desde que recibimos el primer contacto de un cliente hasta que resolvemos su consulta y nos despedimos de él.

Iniciar el contacto: se debe iniciar el contacto con la actitud con la que se aborda la atención al cliente de forma adecuada, propiciar una relación positiva con el cliente.

- ✓ Acusar la presencia del cliente:
- ✓ Sonreír y saludar.
- ✓ Personalizar el contacto.
- ✓ Invitar a hablar al cliente.
- ✓ Utilizar un tono de voz amable.
- ✓ Mirar a la cara del cliente.
- ✓ Orientarse hacia el cliente.
- ✓ Obtener información:

El objetivo es conocer las necesidades del cliente, para posibilitar su adecuada satisfacción, transmitiéndole que le escuchemos y realmente nos intereseamos por su petición.

- ✓ Observar al cliente.
- ✓ Escuchar activamente.
- ✓ Sentir la posición del cliente.
- ✓ Preguntar de modo no rutinario.
- ✓ Reformarle mientras habla. 38
- ✓ Asegurar la petición.

Satisfacer las necesidades: el objetivo es facilitar las indicaciones oportunas, para satisfacer las necesidades del cliente.

- ✓ Identificar la necesidad.
- ✓ Centrarse en su satisfacción.
- ✓ Hacerse comprender amablemente.
- ✓ Dedicar el tiempo necesario.
- ✓ Asegurar la satisfacción.
- ✓ **Finalizar:** el objetivo es asegurarse que la necesidad ha sido resuelta. Interesarse por sus peticiones añadidas.
- ✓ Despedirse amablemente.
- ✓ Hacerse comprender amablemente.
- ✓ Mirar y sonreír al cliente.
- ✓ No demorar el final.

Marco conceptual de un Restaurante

Un restaurante es un establecimiento comercial donde se ofrecen todo tipo de comidas al público, para ser consumidas ya sea en el mismo local o para llevar.

Características de los restaurantes

Las comidas son cívicas y realizadas en lugares públicos, la dirección está disponible de manera pública, existen carteles en el establecimiento con el nombre del restaurante, los comensales pagan luego de consumir, se ofrece una experiencia gastronómica personal, y los comensales eligen las opciones de un menú.

Libro de reclamaciones

Es un registro del consumidor donde se deja constancia un disgusto del cliente o posibilidad de mejora para la empresa. Los proveedores están obligados a brindarle, en físico o virtual, los clientes están en su derecho de adquirir el libro con el fin de crear una satisfacción, INDICOPI regula toda la entidad de servicio para llevar a cabo todos los requerimientos de su parte y a la vez las obligaciones de los proveedores, es por ello que se solicita el libro en cualquier momento.

Indecopi

Es un código de protección para establecer normas de protección al consumidor y en defensas de los consumidores dentro de un artículo 65 de la constitución política, se relaciona al consumo de los clientes, las empresas están obligados en tenerlas y a la vez mostrar en un lugar visible para establecer formalidad y una relación de confianza entre la empresa y el consumidor.

III. HIPÓTESIS

El presente proyecto de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio no se planteará una hipótesis debido a que se realizará de una manera descriptiva y a la vez cuantitativa.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Este tipo de análisis planteado fue de manera cuantitativa y descriptiva, ya que para tener resultados nos trasladamos a los cuadros estadísticos para la recolección de números y porcentajes directamente de las empresas encuestadas, además se obtuvo episodios de datos primarios específicos relativos que nos ayudó con las preguntas y resúmenes sin alterar el diseño de la hipótesis planteada en la investigación. Por ese contexto es de una manera expresiva, debido a que solo se tocó las principales características de la variable en estudio.

✓ El presente proyecto de investigación se realizó a base de un diseño:

NO EXPERIMENTAL- TRANSVERSAL – DESCRIPTIVO

ES NO EXPERIMENTAL, porque se realizó sin alterar deliberadamente las variables de la atención del cliente, de la cual se calculó las características tal cual se presenta en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019 y por ende se observará el fenómeno tal cual como se muestra en su contexto interior.

ES TRANSVERSAL, La forma de evaluación fue mediante la encuesta, sirve para tomar la información y aplicar en un solo momento de la investigación.

ES DESCRIPTIVO, por qué se describió las partes más relevantes de las Micro y pequeñas empresas (MYPE), la variable en estudio y los representantes de la empresa.

M  O

Por lo cual:

M= Es un total de los resultados de las encuestas que se va hacer a las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas.

O= Es el análisis de la variable: la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas Empresas.

4.2. Población y muestra.

Población:

La población estuvo conformada por 30 micro y pequeñas empresas, donde se determinó N = 30 como factor relevante conformada por propietarios del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo 2019. Para ser más específicos se obtuvo mediante un sondeo por no existir muestras estadísticas de la siguiente.

Muestra:

Es un fragmento representativo de la población, cuyas características son las de ser objetiva y parcial, de tal manera que los resultados obtenidos en la señal de la investigación fueron de 16 Micro y Pequeñas Empresas, la muestra se obtuvo por conveniencia, dado que las demás se negaron a brindar información, también se determinó la encuesta mediante la confianza y otros aspectos que conformaron la participación de la población, donde:

Población Muestral:

A través de la población muestral se ve los resultados, donde nos enfocamos a 30 Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurants del Centro Histórico Trujillo, 2019. Este resultado de la población se determinó por una gran parte de un sondeo por parte del autor y otro por parte de la Municipalidad de Trujillo, de la cual se tomó en cuenta 16 Micro y Pequeñas Empresas, donde se estableció un cuadro de representantes legales a los que se les pudo sondear, y/o propietarios de dichas Mypes. Ver (**anexo 3.2**).

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Escala de Medición e Indicadores
Perfil de los representantes de las Mypes	<p>Representantes:</p> <p>Dueño o Administrador. – Se nombra de esta manera porque muchas veces el dueño es el administrador de sus pequeños negocios en crecimiento, donde ahorra en remuneraciones a personas quien pueda dirigir, gestionar su negocio, quien más confiable que ellos mismos, son celosos con sus propios activos</p> <p>Colaboradores. – es un talento muy importante para el desarrollo de sus metas u objetivos, creadores de valores en las empresas, además tienen el último detalle, de ello depende el crecimiento y desarrollo de la empresa.</p>	Edad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 18 – 30 años ➤ 31 – 50 años ➤ 51 a más años
		Género	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Masculino ➤ Femenino
		Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sin instrucción ➤ Educación básica ➤ Superior no universitaria ➤ Superior universitaria
		Cargo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dueño ➤ Administrador
		Tiempo que desempeña	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 0 a 3 años ➤ 4 a 6 años ➤ 7 a más años

Perfil de la MYPE	<p>MYPE: es una unidad económica que está conformada por un equipo de trabajo donde es representada de por un órgano jurídica o natural que tiene como objetivo realizar actividades de índole comercial que se pueda generar con un bien común entre los clientes y las empresas generando mucho trabajo para las buenas prácticas de extracción de los productos , transformación de ideología en la manera de una creación y socialización de un cliente y una empresa , donde la producción sea favorable en las</p>	Permanencia de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 0 a 3 años ➤ 4 a 6 años ➤ 7 a más años
		Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 a 5 trabajadores ➤ 6 a 10 trabajadores ➤ 11 a más trabajadores
		Personas que trabajan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Familiares ➤ Personas no familiares
		Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Generar ganancia ➤ Subsistencia
		Recursos que se utiliza	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El diagrama de DAFO ➤ Relación entre trabajadores y empresa ➤ Plan de innovación ➤ T/A ➤ N/A

	representación de una buena propuesta.		
Gestión de Calidad	Riquelme, (2017) nos dice que la gestión de calidad es un inicio de negociar y garantizar las excelencias de los productos y servicios en los procedimientos que se realiza internamente de una empresa. Por tal motivo las empresas la aprovechan esa información para identificar debilidades, fallas, área de mejora y fortalezas. Por otro lado, las empresas tienen la capacidad de establecer grandes normas y por ellos realizar grandes ajustes cuando sea necesario, donde en la cual pueda tener un valor total a sus bases de datos. Aunque el enfoque varíe, su objetivo es continuar en marcha para seguir siendo lo mismo: lo importante es realizar un producto o servicio en alta calidad y de alto rendimiento con el objetivo de superar toda la	Conoce el término	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ No ➤ Tengo cierto conocimiento
		Técnicas modernas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Benchmarking ➤ Atención al cliente ➤ Empowerment ➤ La 5 s ➤ Outsourcing ➤ Otros ➤ Ninguno
		Dificultades tienen los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poca iniciativa ➤ Aprendizaje lento ➤ No se adapta a los cambios ➤ Desconocimiento del puesto ➤ Otros
		Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La observación ➤ La evaluación ➤ Escala de puntuaciones ➤ Evaluación de 360° ➤ Otros
		Contribuye	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ No

	expectativa de los clientes tanto internos como externos, cabe recalcar que las empresas son formadas en una gestión de calidad, son creados de acuerdo a un plan para el éxito.	Ayuda a alcanzar los objetivos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ No ➤ A veces
		Factores relevantes o importantes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en equipo ➤ Mediciones de calidad ➤ Capacitación y evaluación ➤ Recompensas y reconocimientos ➤ Políticas de calidad ➤ T/A ➤ N/A
	Villacorta, (2018) nos dice en atención al cliente que las empresas ofrecen ese proceso para establecer vínculos de confianza y relaciones con los clientes. Además, es un conjunto de actividades interrelacionadas que comprometen las empresas para lograr sacar los productos en hora exacta y así obtener clientes satisfechos. Objetivo de la atención como primer paso es escuchar a los clientes y atender sus necesidades y sus	Conoce el termino atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ No ➤ Tengo cierto conocimiento
		Aplica la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ No ➤ A veces
		La atención al cliente es fundamental	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ No
		Herramientas que utiliza	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comunicación ➤ Confianza

Atención al cliente	requerimientos, lograr satisfacer sus expectativas. como los principales conductores es el:		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Retroalimentación ➤ Ninguno
	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento: • Ver Inquietudes: • Solucionar Dudas: • Darle Garantías: • Compromiso con el cliente : 	Factores	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención personalizada ➤ Rapidez en la entrega de los productos ➤ Las instalaciones ➤ Ninguna
		La atención que brinda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Buena ➤ Regular ➤ Malo
		Resultados ha logrado	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clientes satisfechos ➤ Fidelización de los clientes ➤ Posicionamiento de la empresa ➤ Incremento en las ventas.
		Es un factor relevante	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ No
		Factor relevante para mejorar	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Si ➤ No
		De qué manera se mejora la atención	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Amabilidad ➤ Capacitación al colaborador ➤ Información al cliente ➤ Toda las anteriores

		Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejorar la calidad del producto y/o servicio ➤ Innovación del producto ➤ Rapidez en la atención ➤ Adecuar el producto y/o servicio al cliente ➤ Toda las anteriores
		Normas utiliza su empresa para mejorar la atención	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Normas ISO 9001 – 2015 ➤ Normativa del reglamento interno de la empresa ➤ Normas legales ➤ Ninguna de las anteriores

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Es una técnica que constó en reunir información de una muestra por medio del cuestionario o la entrevista. La sinopsis de datos se realizó a través de las preguntas que indicaron los diversos indicativos de las variables de la hipótesis. La recolección de datos se realizó mediante la encuesta donde su estructura se basó en el planteamiento de las variables, donde tuvo como propósito agrupar información para reforzar las debilidades como empresas, también explicarle e indagar el problema y para fundarse una hipótesis.

La indagación se realizó mediante: la entrevista y el cuestionario, para el uso del recojo de información se aplicó con un experimento al individuo con 29 preguntas. Es un instrumento estructurado que se utilizó para encontrar las variables y los indicativos del problema, determinando los tiempos, preguntas y sus respectivas soluciones.

4.5. Plan de análisis.

En la presente investigación se aplicó una encuesta para la recolección de datos importantes para generar indicativos del problema para brindarles soluciones, la información fue mediante cuadros estadísticos descriptivos para analizar las frecuencias y los datos de los resultados complejos del experimento. Para la realización de la presente investigación se empleó la vía de la audiencia y la pesquisa, aplicando como instrumento el cuestionario de 29 preguntas a los representantes de la empresa, por lo cual tuvo como finalidad llevar a cabo la investigación.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Métodos	Técnicas e Instrumentos
	<p>Objetivo general: Determinar la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019.</p> <p>Objetivos específicos:</p>	<p>Riquelme (2017) nos dice que la gestión de calidad es un inicio de negociar y garantizar las excelencias de los productos y servicios en los procedimientos que se realiza internamente de una empresa. Por tal motivo las empresas la aprovechan esa información para identificar debilidades, fallas, área de mejora y fortalezas. Por otro lado, las empresas tienen la capacidad de establecer grandes normas y por ellos realizar grandes ajustes cuando sea necesario, donde en la cual pueda tener</p>	<p>1. Población:</p> <p>La población estuvo conformada por 30 micro y pequeñas empresas, donde se determinó N = 30 como factor relevante conformada por propietarios del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo 2019. Para ser más específicos se obtuvo mediante un sondeo por no existir</p>	<p>Diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No experimental, Transversal y descriptivo <p>Tipo de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuantitativo 	<p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La encuesta <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El cuestionario

<p>¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurant, centro histórico, Trujillo, 2019?</p>	<p>Determinar las características de los representantes de las Mypes del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico Trujillo, 2019.</p> <p>Determinar las características de las Mypes del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico Trujillo, 2019.</p> <p>Determinar las características de la Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad</p>	<p>un valor total a sus bases de datos. Aunque el enfoque varíe, su objetivo es continuar en marcha para seguir siendo lo mismo: lo importante es realizar un producto o servicio en alta calidad y de alto rendimiento con el objetivo de superar toda la expectativa de los clientes tanto internos como externos, cabe recalcar que las empresas son formadas en una gestión de calidad, son creados de acuerdo a un plan para el éxito.</p> <p>Villacorta (2018) nos dice en atención al cliente que las empresas ofrecen ese proceso para establecer vínculos de confianza y</p>	<p>muestras estadísticas de la siguiente.</p> <p>2. Muestra: Es un fragmento representativo de la población, cuyas características son las de ser objetiva y parcial, de tal manera que los resultados obtenidos en la señal de la investigación fueron de 16 Micro y Pequeñas Empresas, la muestra se obtuvo por conveniencia, dado que las demás se negaron a brindar información, también se determinó la</p>	<p>Nivel de la investigación:</p> <p>➤ Descriptivo</p>	
--	--	--	---	---	--

	<p>en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurant, Centro Histórico, Trujillo, 2019.</p> <p>Elaborar un plan de mejora en función de los resultados de la investigación.</p>	<p>relaciones con los clientes. Además, es un conjunto de actividades interrelacionadas que comprometen las empresas para lograr sacar los productos en hora exacta y así obtener clientes satisfechos. Objetivo de la atención como primer paso es escuchar a los clientes y atender sus necesidades y sus requerimientos, lograr satisfacer sus expectativas. como los principales conductores es el:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento: • Ver Inquietudes: • Solucionar Dudas: • Darle Garantías: • Compromiso con el cliente : 	<p>encuesta mediante la confianza y otros aspectos que conformaron la participación de la población.</p>		
--	--	--	--	--	--

4.7. Principios éticos

Protección a las personas. - Este proyecto, se basa más que todo, en tener respeto por los seres humano y/ o vivos con criterio de reconocer el estatus y la importancia de cada uno de nosotros en este mundo, por la tranquilidad emocional y moral entre nosotros independientemente de género, raza y condición social, al que debemos de encontrarnos, adaptarnos entre nosotros sin prejuicios responsabilizándonos por las actitudes y actos que tengamos hacia los seres humanos.

Integridad científica a los encuestados.- En este contexto con respeto a las personas que participan en la tesis (mejor “PARTICIPANTES” que “SUJETOS”), puesto que para esta segunda denominación resulta que genera un desequilibrio, donde probablemente se realice una discriminación inconsciente, al inicio de esta disposición prohíbe desarrollar acontecimientos a un grupo para beneficiar a otro, ya que hay que lidiar en forma equitativa riesgos y rasgos de uso .así, por ejemplo , cuando la investigación a ya sido con fondos públicos , los beneficios que se deriven deben estar a favor de toda la localidad y no tan solo a un grupo que permitan tener malos entendidos, como también costearse sin que los otros salgan perjudicados.

Beneficencia y no maleficencia. - Se asegura el bienestar de las personas que participaron en esta investigación, siguiendo las reglas generales: no causar daño, disminuir posibilidad adversa, maximizar los beneficios.

Justicia. - En esta investigación se utilizó un juicio razonable, tomando las precauciones y sabiendo las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, sin generar prácticas injustas. Se trató equitativamente a los encuestados dando la posibilidad de conocer los resultados, también se demostró un trato equitativo.

Consentimiento informado y expreso. - Las respuestas se realizó por voluntad propia, informado, libre e inequívoca; se le hizo conocer que es para fines sin lucro.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 01: Referentes a las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Características	n	%
Edad de los representantes		
18 - 30	10	62.5
31 - 50	5	31.25
51 a más años	1	6.25
Total	16	100
Género de los representantes		
Masculino	6	37.5
Femenino	10	62.5
Total	16	100
Grado de instrucción		
Sin educación	0	0
Educación básica	1	6.25
Superior no universitaria	1	6.25
Superior universitaria	14	87.5
Total	16	100
Cargo que desempeña		
Dueño	5	31.25
Administrador	11	68.75
Total	16	100
Tiempo en el mercado		
0 a 3 años	10	62.5
4 a 6 años	4	25
7 a más años	2	12.5
Total	16	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Tabla 02: Características de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Características	n	%
Tiempo de permanencia de la empresa		
0 a 3 años	9	56.25
4 a 6 años	3	18.75
7 a más años	4	25
Total	16	100
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	13	81.25
6 a 10 trabajadores	3	18.75
11 a más trabajadores	0	0
Total	16	100
Los que trabajan en su empresa		
Familiares	3	18.75
Personas no familiares	13	81.25
Total	16	100
Objetivo de la empresa		
Generar ganancias	15	93.75
Subsistencia	1	6.25
Total	16	100
Recursos que utiliza para un plan de mejora		
Diagrama de DAFO	3	18.75
Relación entre trabajadores	8	50
Plan de innovación	2	12.5
N/A	1	6.25
T/A	2	12.5
Total	16	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Tabla 03: Referente a la variable gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Datos generales	n	%
Conoce el término de gestión de calidad		
Si	11	68.75
No	2	12.5
Tengo cierto conocimiento	3	18.75
Total	16	100
Técnicas modernas que utiliza en la gestión de calidad		
Benchmarking	1	6.25
Atención al cliente	12	75
Empowerment	0	0
Las 5 s	0	0
Outsourcing	0	0
Otros	1	6.25
Ninguno	2	12.5
Total	16	100
Dificultades que encuentra en su gestión		
Poca iniciativa	3	18.75
Aprendizaje lento	3	18.75
No se adapta a los cambios	1	6.25
Desconocimiento del puesto	1	6.25
otros	8	50
Total	16	100
Técnicas modernas que emplea en su gestión		
La observación	8	50
La evaluación	3	18.75
Escala de puntuaciones	0	0
Evaluación de 360°	4	25
Otros	1	6.25
Total	16	100
La gestión de la calidad contribuye a mejorar		
Si	16	100

Tabla 03.....continuación.

No	0	0
Total	16	100
Gestión ayuda a alcanzar objetivos		
Si	13	81.25
No	0	0
A veces	3	18.75
Total	16	100
Que Factor relevante usa en su gestión		
Medición de calidad	2	12.5
Trabajo en equipo	11	68.75
Capacitación y educación	1	6.25
Reconocimientos	0	0
Políticas de calidad	0	0
T/A	2	12.5
N/A	0	0
TOTAL	16	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Tabla 04: Referente a la atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

Características	n	%
Conoce el término Atención al Cliente		
Si	15	93.75
No	0	0
Tengo cierto conocimiento	1	6.25
Total	16	100
Aplica gestión de calidad en la atención al cliente		
Si	12	75
No	0	0
A veces	4	25
Total	16	100
Atención al cliente es fundamental		
Si	16	100
No	0	0
Total	16	100
Herramientas que emplea en la Atención al Cliente		
Comunicación	9	56.25
Confianza	6	37.5
Retroalimentación	1	6.25
Ninguno	0	0
Total	16	100
Principal factores que utiliza		
Atención personalizada	6	37.5
Rapidez en la entrega de productos	9	56.25
Las instalaciones	1	6.25
ninguna	0	0
total	16	100
Atención al Cliente en su empresa es		
Buena	10	62.5
Regular	6	37.5
Malo	0	0

Tabla 04.....continuación.

Total	16	100
Resultados de una buena Atención al Cliente		
Clientes satisfechos	8	50
Fidelización de los clientes	5	31.25
Posicionamiento de la empresa	2	12.5
Incrementos en las ventas	1	6.25
Total	16	100
La Atención al Cliente es un factor relevante en su gestión		
Si	15	93.75
No	1	6.25
Total	16	100
Atención al Cliente es un factor relevante		
Si	16	100
No	0	0
Total	16	100
Mejora la atención al cliente		
Amabilidad	2	12.5
Capacitación al colaborador	2	12.5
Información al cliente	2	12.5
Toda las anteriores	10	62.5
Total	16	100
Estrategias en la atención al cliente		
Mejorar la calidad del producto	3	18.75
Innovación del producto	0	0
Rapidez en la atención	5	31.25
Adecuar el producto	1	6.25
Toda las anteriores	7	43.75
Total	16	100
Normas que emplea para la atención al cliente		
Normas ISO 9001 - 2015	2	12.5
Normativa del reglamento interno	9	56.25
Normas legales	2	12.5
Ninguna de las anteriores	3	18.75
Total	16	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) del sector servicio, rubro restaurantes, Centro Histórico, Trujillo, 2019.

PLAN DE MEJORA

Este plan de mejora se realizó mediante los resultados.

1. Datos generales

Nombre o razón social:

- Restaurant PAOLA
- Restaurant NORTEÑITA
- Restaurant D´ANGELO
- Restaurant LA DOÑA
- Restaurant LA CHINITA
- Restaurant MaKaRi
- Restaurant LA CASONA
- Restaurant YAPITA
- Restaurant EL SOL
- Restaurant TEQUEÑOS
- Restaurant HORNITO
- Restaurant BRASERO
- Restaurant ELIENAI
- Restaurant DON CASTULO
- Restaurant EL RINCON DE VALLEJO
- Restaurant DELICIA'S DEL NORTE

Giro de la empresa: Atención al Cliente.

Dirección: Todo el Centro Histórico de Trujillo.

2. Misión

Para todos los restaurantes encuestados su misión es el de brindar una atención de primera superando las expectativas de sus clientes, con una atención de calidad y rapidez en su servicio para la satisfacción de sus clientes.

3. Visión

La visión de la mayoría de los restaurantes encuestados es brindar la mejor Atención al cliente en la ciudad de Trujillo, así mismo brindar un servicio de calidad y de manera rápida para ir posicionándose en el mercado.

4. Objetivos:

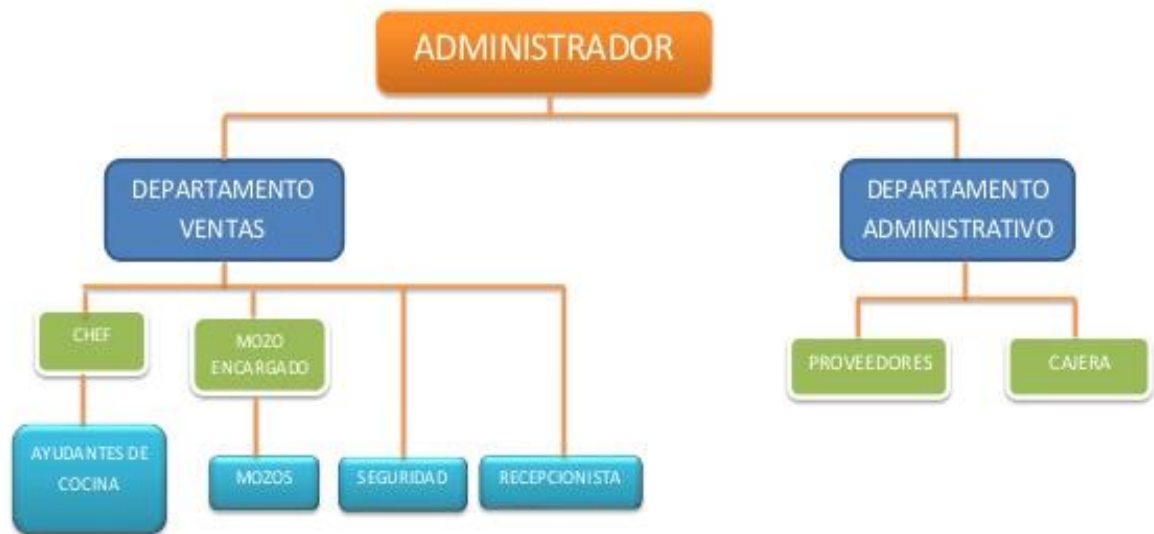
- Satisfacer frecuentemente los requerimientos de sus clientes y comensales en un 80% en el año 2020.
- Lograr sus metas y objetivos planteados durante su proyección anual, esto se realizará en un 80% en el año 2020.
- Crecer y posesionarse en el mercado en un 80% debido a que son restaurantes que tienen poco tiempo de creación, todo está proyectado para el año 2020.
- Mantener un ambiente cálido y acogedor para ser recomendados en un 80% en el año 2020.

5. Productos y/o servicios

Los restaurantes cuentan con un local de venta los que brindan allí son: desayunos , platos criollos y por la noche en algunos restaurantes pollo a la brasa , allí encuentras un

ambiente cálido y acogedor con su respectivo televisor para el entretenimiento de los clientes, por otra parte los mozos o personas encargadas del servicio te brindan el abordaje con un trato amable y agradable, su atención es de todo los días, con un horario de que ofrecen son mayormente: Desayuno de **8 am – 10 am**, Almuerzo de **12pm – 4pm**, Cena “pollo a la brasa” de **6pm – 12am**.

6. Organigrama de la empresa



7. Diagnostico general

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> - Las personas necesitan alimentarse, necesidad básica del ser humano. - Crecimiento de la población en la región - Incremento de extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento en el rubro de restaurantes - Una decreciente economía que está atravesando el país que prefieren cocinar en sus hogares a ir a un restaurante.
Fortalezas	Estrategias F-O	Estrategias F-A
<ul style="list-style-type: none"> - Brindan atención las 12 horas. - Ubicaciones estratégicas - Seguridad y garantía. - Abordaje y amabilidad - Locales acogedores y agradables. - Producto de calidad, atención de primera y rápida en su servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovechar el bum de los restaurantes ya que debemos saber que en un producto y servicio que no se terminara. - Caracterizarse por dar ese plus adicional o valor agregado, como una buena atención de calidad. - Con un producto y una atención de primera el cliente vuelve y recomienda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfocarse en la atención de calidad para diferenciarse del resto y utilizar la técnica del Benchmarking para garantizar la diferencia. - Utilizar el capital de trabajo obtenido para invertir y mantenerse en el mercado.
Debilidades	Estrategias D-O	Estrategias D-A
<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa y trabajo lento por parte de los trabajadores. - Desconocimiento de técnicas modernas - Desconocimiento de algunas técnicas de evaluación - Poco apoyo para la formalización de las Mypes por parte del estado peruano. 	<ul style="list-style-type: none"> - En primer lugar, los representantes deben de ser capacitados o recordar si tienen conocimiento y aplicar en lo que son técnicas modernas para una buena atención. - Crear planes estratégicos para llevar una mejor gestión de calidad. - Más apoyo a la formalización por parte del estado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reclutar personal idóneo en el rubro y capacitarlos correctamente para evitar problemas en el desempeño. - Las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) necesitan apoyo para establecerse en el mercado, así poder lograr mayor rentabilidad y un aporte mayor en sus aportes a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)

8. Indicadores de una buena gestión

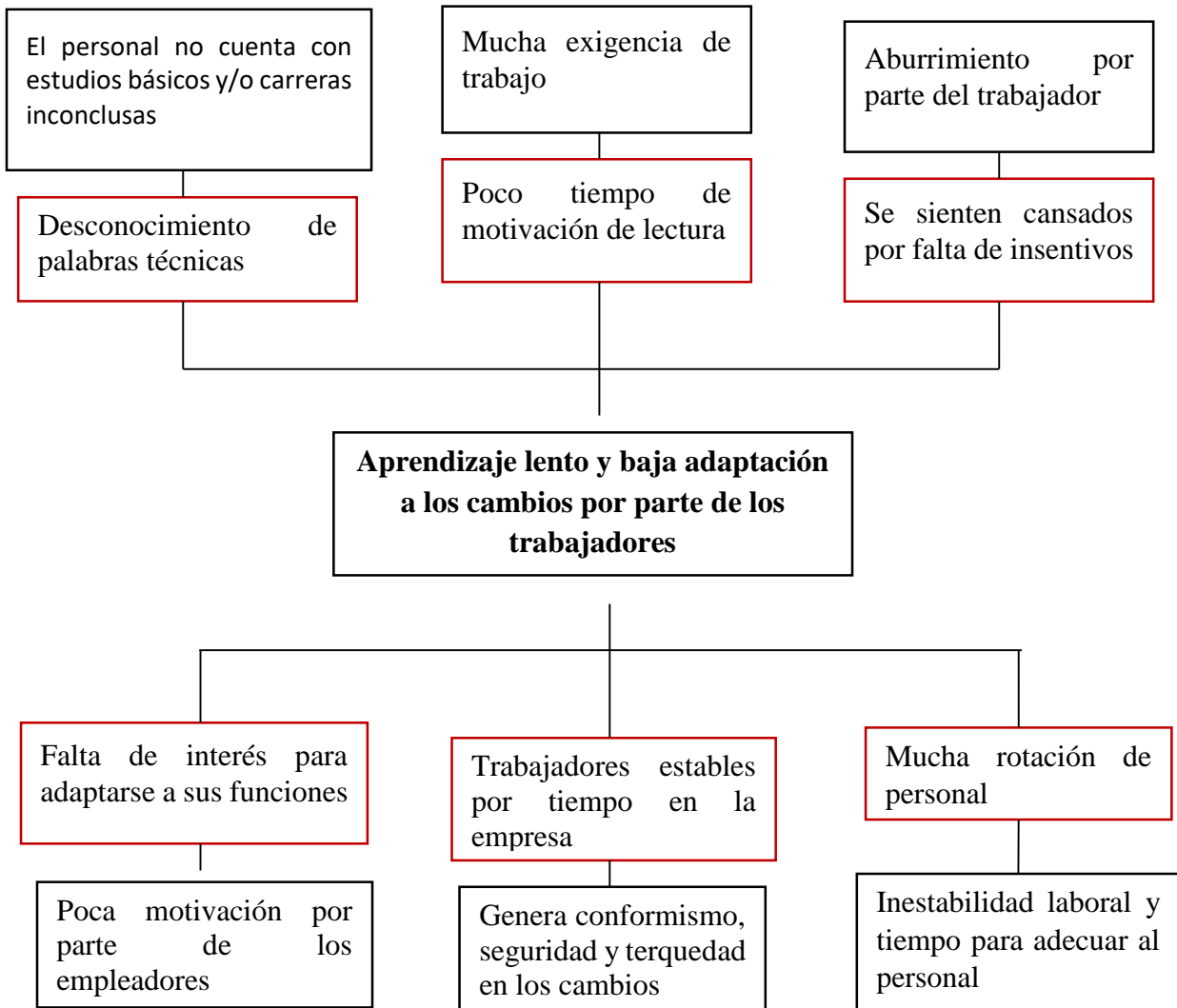
Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la Mypes
Dificultades de los trabajadores dentro de la gestión de calidad.	Los trabajadores tienen otras dificultades, también podemos ver un aprendizaje lento y poca iniciativa por parte de ellos.
Herramientas para un servicio de calidad	Las empresas si hacen uso de las herramientas (comunicación, confianza y retroalimentación), pero la dan prioridad a la comunicación
Cumplimiento de planes estratégicos	La mayoría utilizan estrategias para mejorar el producto, innovación, rapidez y adecuación del producto.
Técnicas de medición de rendimiento	A mayor escala se ejecuta la técnica de la observación para medir su rendimiento, se deja de lado la técnica de la evaluación 360°, en la cual dicha técnica ayudara para mayor enfoque técnico.
Calificación del factor relevante de gestión para la atención al cliente	Como factor relevante se tiene trabajo en equipo, por detrás viene la medición de calidad, capacitación y evaluación.

9. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Dificultades de los trabajadores dentro de la gestión de calidad.	Otras dificultades , aprendizaje lento y baja adaptación a los cambios	Esto se da porque la mayoría de estas Mypes contratan a un personal muy joven que no tiene la experiencia requerida en ese rubro, y además no son las personas adecuadas para el puesto.
Herramientas para un servicio de calidad	La comunicación como única herramienta	Al ser Mypes de servicio y atención al cliente le dan mayor prioridad a la comunicación, pero hay otras herramientas que van a ayudar a garantizar a encontrar la problemática, quizá hay mucho desconocimiento.
Cumplimiento de planes estratégicos	Plan estratégico	Quizás las estrategias son muy básicas para competir hoy en día las Mypes, debido a que hay

		muchas empresas que ya conocen y a la vez emplean otras.
Técnicas de medición de rendimiento	Uso de una sola técnica	Miden el rendimiento con la técnica de la observación, ya que resulta fácil de usar y menos costo para las Mypes.
Calificación del factor relevante de gestión para la atención al cliente	Factor relevante en la gestión para la atención al cliente	Como factor relevante se tiene trabajo en equipo, hay factores para realizar una buena atención, por desconocimiento no se aplica.

10. Causas



Causas y efectos principales.

Causas y efectos secundarios.

11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Dificultades de los trabajadores dentro de la gestión de calidad.	Dificultad para el aprendizaje, adaptación de sus funciones y otras dificultades en reserva.	Uso de un léxico y redacción adecuada y entendible, además un plan de comprensión de lectura como mínimo debe de tener el trabajador para brindar una buena atención al cliente en los restaurantes.
Herramientas para un servicio de calidad	Prioridad solo a la herramienta de la comunicación debido al constante contacto con los clientes	Los representantes deben de indagar más sobre las herramientas de la atención al cliente, a la vez tener capacitaciones constantes que sirva para el reforzamiento.
Cumplimiento de planes estratégicos	Plan estratégico inconcluso en la atención al cliente.	Reforzar en los planes estratégicos para tener una buena atención al cliente en los restaurantes mediante una buena gestión de calidad.
Técnicas de medición de rendimiento	Utilizan solo la técnica de la observación por el poco contacto que hay con los trabajadores y bajos costos	Tener en cuenta las demás técnicas de rendimiento como: la evaluación, escala de puntuación, la evaluación de 360° que nos ayuda a evaluar la totalidad en la organización.
Calificación del factor relevante de gestión para la atención al cliente	Calificación del factor relevante de gestión para la atención al cliente	Como factor relevante se tiene que hacer un trabajo en equipo, hay factores para realizar una buena atención al cliente, por desconocimiento no se aplica.

12. Recursos para la implementación de las estrategias

- Recursos humanos
- Tiempo

		Recursos humanos	Tiempo
1	Esto se da porque la mayoría de estas Mypes contratan a un personal muy joven que no tiene la experiencia requerida en ese rubro, y además no son las personas adecuadas para el puesto.	Representante del restaurant	30 días
2	Los representantes deben de indagar más sobre las herramientas de la atención al cliente, a la vez tener capacitaciones constantes que sirva para el reforzamiento.	Representante del restaurant	20días
3	Reforzar en los planes estratégicos para tener una buena atención al cliente en los restaurantes mediante una buena gestión de calidad.	Representante del restaurant	10 días
4	Tener en cuenta las demás técnicas de rendimiento como: la evaluación, escala de puntuación, la evaluación de 360° que nos ayuda a evaluar la totalidad en la organización.	Representante del restaurant y todo el personal	9 días
5	Como factor relevante se tiene que hacer un trabajo en equipo, hay factores para realizar una buena atención al cliente, por desconocimiento no se aplica.	Representante del restaurant y personal de servicio	7 días

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Análisis y discusiones de los Resultados

Tabla 01: Respecto a las características de los representantes de la Micro y Pequeñas Empresas (MYPE)

- En base a la edad de los representantes: El 62.5% de los representantes está entre los 18 a 30 años de edad. Esto difiere con los resultados obtenidos por **Álvarez (2015)**, donde nos concluye que el 47% tiene una edad entre 31 a 45 años, por otro lado, los resultados de **Estrada (2015)**, donde menciona que el 50% tiene entre 31 y 50 años de edad. Esto se llegó a la conclusión que actualmente las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) son dirigidos por jóvenes, ha ido evolucionando la juventud hoy en día, ahora somos más emprendedores a diferencia de años atrás, antes se tenía mayor volumen de emprendimiento las personas de un promedio de 35 años edad, referentemente por la posibilidad económica que se le facilitaba.
- Con respecto a su género de los representantes: El 62.5% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) son femeninas. Esto coincide ligeramente con los resultados encontrados **Antúñez (2017)**, donde nos indica que el 63.6% son de género femenino de las Micro y Pequeñas Empresas, por otro lado, **Estrada (2015)** demuestra que el 88.3% son de sexo masculino. Esto se llegó a la conclusión que hoy en día no hay sexo que pre denomina, que hoy en día las oportunidades de trabajo y emprendimiento es para ambos sexos, también rescatamos el coraje y valentía para emprender un negocio en este rubro de un poder adquisitivo significativo en el mercado, se ve que hay un cambio de empoderamiento por parte de las mujeres a diferencia de los años pasados y que las Mypes están siendo dirigidas por representantes del género femenino.

- Con respecto al grado de instrucción: El 87.5% de los representantes de Mypes han estudiado superior universitaria. Esto coincide con **Antúñez (2017)**, el 45.5% tienen un grado de instrucción superior de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas. Por su parte **Álvarez (2015)**, menciona que el 73% tienen estudios superiores, y coincide ligeramente para **Estrada (2015)**, así también el 50% de los representantes tienen un grado de instrucción no universitario. Esto nos concluye que en la actualidad los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son personas con estudio superiores, lo cual podemos ver que los estudiantes que egresaron de una carrera de administración o afines están siendo contratadas para dirigir sus negocios, a la vez rescatar que tienen ese espíritu de independencia logrando que se motiven en emprender su propio negocio, además vemos la importancia de desarrollarse profesionalmente y por qué no empresarialmente.
- Con respecto al cargo que desempeña: El 68.75% de los representantes de las Mypes de rubro restaurant están dirigidas por personas que desempeñan como administradores. Se concluye que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas en el rubro de restaurant, apuestan que sus negocios sean dirigidos por personas que se desempeñan como administradores, así como también la importancia es que los mismos dueños sean administradores de su empresa. Por otro lado, se incentiva a que los egresados de la carrera de administración crean o sean dueños de sus propios sueños, crear o tener su propio negocio.
- Con respecto al tiempo en el mercado: El 62.5% de los representantes de las (MYPE) encuestadas, nos indica sobre el tiempo en el cargo es de 0 a 3 años. Se concluye que la mayoría de los encargados de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE), tienen poco tiempo en el cargo con menos de 3 años, con una gran finalidad de seguir ganando experiencia,

por otro lado, existe un claro ejemplo sobre la confianza que están brindando los propietarios de las Micro y Pequeñas Empresas y a la vez brindando oportunidad laboral. También se puede apreciar que las comparaciones se realizaron a nivel nacional debido que las problemáticas internacionales tomadas en cuenta para este tipo de proyecto no evalúan ese contexto.

Tabla 02: Respecto a las características de la Micro y Pequeña Empresas (MYPE)

- Con respecto al tiempo de permanencia en la empresa: El 56,25% de las Micro y Pequeñas Empresas encuestados respondieron que la empresa se encuentra en oficio entre 0 a 3 años de antigüedad. Esto coincide con los resultados encontrados por **Antúnez (2017)**, donde demuestra que el 68.25% de las Micro y Pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, donde difiere con **Estrada (2015)** donde el 100% de las Mypes tiene de 5 años a más en presencia en el mercado. Esto se concluye que hay bastante Mypes en proceso de desarrollo con un tiempo de permanencia en el mercado de 0 a 3 años.
- Con respecto al número de trabajadores: El 81.25% de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas, respondieron que tienen de 1 a 5 trabajadores en su dirección. Esto se coincide con **Antúnez (2017)**, donde su resultado fue un 63.6% de las Micro y Pequeñas Empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, por otro lado, coincide con **Álvarez (2015)**, quien afirma que el 100% de las Mypes encuestadas cuentan 1 a 5 trabajadores. Se llegó a la conclusión que en la mayoría de las Mypes cuentan con poco personal debido que, por una parte, son negocios que recién a emprendido, por otro lado, ven un ahorro, sin embargo, los empleados en algunos casos salen perjudicados debido a que se les carga de labores.
- Con respecto a las personas que trabajan en su empresa: El 81.25% de las MYPE encuestadas afirman que sus empleados son personas no familiares. Esto se llega a la

conclusión que la mayoría de trabajadores de las MYPE son personas que no son familiares, nos indica que su proyección es posicionarse en el mercado y no solo queda en lo familiar, también brindan trabajo a un cierto sector de la población.

- Con respecto a los objetivos de la empresa: El 93.75% de las Micro y Pequeñas Empresas nos indicó que sustancialmente están para generar ganancias. Esto coincide ligeramente con **Estrada (2015)**, donde el 100% tienen como objetivo rentabilidad. Esto se concluye que la mayoría de las Mypes son creadas con el fin de obtener ganancias y así posiblemente mejorar e ir creciendo paulatinamente.
- Con respecto a la utilización de recursos para brindar un plan de mejora: El 50% de los representantes de las Mypes del Centro Histórico, tiene una relación entre trabajadores. Esto se llegó a la conclusión que utilizan la relación con los trabajadores para generar un plan de mejora y por ende una buena comunicación, romper paradigmas y generar lazos de amistad para una buena productividad.

Tabla 03: Referente a la variable gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE).

- Con respecto al conocimiento del término gestión de calidad: El 68.75 de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes), nos indicó que si conocen el término gestión de calidad. Esto coincide ligeramente con **Antúñez (2017)**, su investigación le brindo que un 59.1% de las Mypes si conocen y a la vez están aplicando una gestión de calidad. Se concluye que más de la mitad de los representantes de las Mypes si conocen el término, cabe recalcar que es un beneficio para un buen funcionamiento de sus empresas o negocios.
- Con respecto al conocimiento de las técnicas modernas que emplea en su gestión: El 75% de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) tienen conocimiento sobre la atención al

cliente y desconocimientos de las demás técnicas como: Benchmarking, Empowerment, Las 5 s, Outsourcing. También se referencio de las bases teóricas a **Chicana (2017)**, donde nos comparte su investigación que la gestión de calidad es una herramienta que permite planificar, ejecutar y controlar las actividades de la empresa. Se concluyó que los encuestados respondieron más de la mitad atención al cliente porque están más familiarizados con el termino, también se ve que los demás términos son desconocidos, pero no indiferentes a la realidad.

- Con respecto a las dificultades que encuentra en su gestión: El 50% de las Micro y Pequeñas Empresas respondieron que no tienen dificultades en atención al cliente como: aprendizaje lento, poca iniciativa, no se adapta a los cambios, desconocimiento del puesto para aplicar la gestión de calidad, sino que precisaron que tienen otras dificultades. Se concluye que muchos representantes no respondieron por las dificultades más conocidas, si no la mayoría indicó que tiene otras dificultades no precisadas.
- Con respecto a las técnicas modernas que emplea en su gestión: El 50% de las Micro y Pequeñas Empresas respondieron usan la observación como técnica para medir el rendimiento del personal. Se llegó a la conclusión que la mitad opto por la observación debido a que probablemente es la más conocida y los que se acerca al tipo de rubro, además nos ayuda a estudiar los comportamientos de los colaboradores o empleados.
- Con respecto a la gestión de calidad contribuye a mejorar: El 100% de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron que la gestión de calidad sí va a mejorar el crecimiento del negocio. Donde **Álvarez (2006)** referenciado en las bases teóricas nos indica que la calidad siempre representa una mejora continua, en las cuales las organizaciones vienen buscando las necesidades de los clientes para posteriormente satisfacerlas sus necesidades.

Se concluye que la gestión de calidad es un medio que permite mejorar el rendimiento del negocio, así como también mides el nivel a dónde quieres llevar a la empresa, comparas y evalúas, por eso la gran mayoría optó con una afirmación.

- Con respecto a que la gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos: El 81.25% % de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron que sí ayuda alcanzar sus objetivos. De las bases teóricas **Riquelme (2017)**, nos dice que la gestión de calidad es un principio de negociar y garantizar las excelencias en los productos y servicios en los procesos internos de una empresa. Aunque el enfoque para resolver problemas de calidad varía de acuerdo a los diferentes programas que existen, con el objetivo de seguir siendo el mismo: lo importante es crear un producto o servicio de alta calidad y de alto rendimiento con el objetivo que cumpla y supere las expectativas de los clientes tanto internos y externos, cuando las empresas son creadas y formadas en una gestión de calidad, son creadas de acuerdo a un plan para el éxito. Y también podemos recalcar que un cliente bien atendido, es un cliente fiel y que nos hará publicidad de boca a boca. Se llegó a la conclusión que la gestión de calidad sí ayuda a lograr los objetivos y metas de las Mypes.
- Con respecto a que factor relevante usa en su gestión: El 68.75% % de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron trabajo en equipo. Se concluye que la mayoría opto por trabajo en equipo por que vieron que los resultados se reflejan si todos andan en el mismo sentido.

Tabla 04: Referente a la atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE)

- Con respecto al conocimiento del término Atención al Cliente: El 93.75% de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron sí conocían el término de Atención al Cliente. Se concluye que la mayor parte de esta indagación a toda las Mypes en el rubro de

restaurant del centro Histórico, el termino atención al cliente es muy conocido por los empresarios o representantes que se evaluó debido a que el país tiene como fuente de ingreso la gastronomía y el turismo, donde el estudio se realizó a los restaurantes.

- Con respecto a aplica gestión de calidad en la Atención al Cliente: El 75% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron sí aplican una gestión de calidad en la atención al cliente. Por tal motivo se referencio a **Deming (2005)** de las bases teóricas, donde nos indica que calidad es satisfacer al cliente, se habla de calidad cuando se trata de hacer las cosas correctas para satisfacer todas las expectativas de los clientes. Además, se debe lograr que los empleados siempre se sientan bien y motivados en su trabajo, para que el cliente perciba el aprecio hacia su trabajo, como también dando por hecho que los clientes recompensan cuando están complacidos. Se concluye que un cliente satisfecho, es un cliente fiel y rentable para la empresa.
- Con respecto donde la atención al cliente es fundamental: El 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron sí es fundamental para que el cliente regrese. De las bases teóricas **Gomes (2006)** nos dice que la Atención al Cliente: Es nada menos aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas hacia los clientes con el objetivo de satisfacer su necesidad de los clientes, y también comparte que es fundamental para brindar una buena atención. Esto se llegó a la conclusión que el cliente regresa siempre y cuando le das lo que está buscando que es una buena atención.
- Con respecto a las herramientas que emplea en la Atención al Cliente: El 56.25% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron que usan la comunicación como una herramienta para un servicio de calidad. Se llegó a la conclusión que la mayoría de los encuestados optaron por la comunicación para brindar un servicio de

calidad, porque para que una empresa rentabilidad necesitan que todos sus empleados estén alineados y sin problemas o mal entendidos entre ellos ya así se genere un problema interno.

- Con respecto a los principales factores que utiliza: El 56.25% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron rapidez en la entrega de productos para la calidad en el servicio que brinda. Se referencio de las bases teóricas **Villacorta (2018)**, nos dice que la atención al cliente es importante, porque genera un conjunto de actividades relacionadas con los clientes, con el fin de obtener los productos en el momento y lugar adecuado. Se concluye que la rapidez en la entrega del producto es favorable para la calidad del servicio de la empresa, ya que los clientes podrían recomendar, también la atención rápido se define como una buena atención por algunos comensales.
- Con respecto a la atención al cliente en su empresa es: El 62.5% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron es buena. Esto contrasta con **Sánchez (2017)**, donde determino mediante la evaluación de servicio, indica que los clientes responden según el método servQual no existe calidad en el servicio. Se llegó a la conclusión que para la mayor parte de los representantes de las Mypes encuestadas cumple con el valor agregado de una empresa en desarrollo que es generar una buena atención.
- Con respecto a los resultados por una buena Atención al Cliente: El 50% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron clientes satisfechos. Esto coincide ligeramente con **Álvarez (2015)**, donde el 87% sus clientes recomiendan los servicios a sus colegas o contactos, y por otro lado **Jara (2011)** de la encuesta un 37% opinan que la atención es regular las veces que se atienden a los clientes.

Se concluye que si los clientes están satisfechos empiezan a recomendar a sus amigos y/o compañeros, son clientes fieles y duraderos.

- Con respecto a la atención al cliente es un factor relevante para la gestión de calidad: El 93.75% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron que sí es un factor relevante para la gestión de calidad. Por las bases teóricas se referencio a **Saavedra (2018)**, afirma que la gestión de calidad total está orientada a crear nuevos conocimientos de calidad en todos los procesos que utilizan las Micro y Pequeñas Empresas que vienen implementando en todos los sectores. Desde la manufactura, educación, el gobierno y las industrias de servicios”. Además, “se le denomina total porque concierne a que las Micro y Pequeñas Empresas globalmente considerada y a las personas que trabajan en ella. La calidad es lo bien hecho del trabajo en las diversas actividades. Se concluye que la atención al cliente si es un factor importante.
- Con respecto a la atención al cliente es un factor relevante para mejorar el nivel de satisfacción: El 100% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron sí. Se concluye que efectivamente la atención al cliente es un factor relevante para mejorar el nivel de satisfacción y que no es negociable, a la empresa lo toman importancia cuando se diferencia de los demás, por tal razón que la mayoría opto por un sí, que sí, están de acuerdo, que es un factor relevante para las empresas.
- Con respecto al mejoramiento de la atención en su empresa: El 62.5% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron toda las anteriores como: Amabilidad, Capacitación al colaborador, Información al cliente. Se llegó a la conclusión que las empresas crecen cuando el cliente se siente satisfecho y además al colaborador se le brinda todas las herramientas para responder todas las preguntas, inquietudes, etc. Se

debe de entender que en general la atención al cliente se emplea en sector servicio y comercial.

- Con respecto a las estrategias para satisfacer necesidades de los clientes: El 43.75% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron toda las anteriores como: Mejorar la calidad del producto, Innovación del producto, Rapidez en la atención, Adecuar el producto, y así mejorar la atención al cliente. Se referencio de las bases teóricas a **Pizzo (2013)** nos dice que la calidad al servicio es nada menos el hábito que vienen practicando las Mypes para interpretar todas las necesidades y expectativas de los clientes y ofrecerles el producto, en otras palabras, el buen servicio es accesible, útil en el momento oportuno seguro y confinable de tal manera que el cliente se sienta satisfecho y aludido. Se concluye que todas las alternativas mencionadas anteriormente contribuyen a mejorar la atención al cliente. Además, es un complemento del producto y servicio para retener al cliente y a la vez para que recomiende a futuro.
- Con respecto a las normas que utiliza la empresa para una mejor atención: El 56.25% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) respondieron normas del reglamento interno. Esto contrasta con **García & Lindao (2016)**, teniendo como resultados que existe un 70% de 9 Incumplimiento en la Norma ISO- 9001:2008. Se concluye que las normas internas ayudan para mejorar la atención al cliente y para mantener un ambiente ordenado y un control de registros.

VI. CONCLUSIONES

6.1 Conclusiones y recomendaciones

Respecto a las características de los representantes de la Micro y Pequeñas Empresas (MYPE). Tabla 01.

- La mayoría con un 62.5 % de las Micro y Pequeñas Empresas son dirigidos por personas adultas con edad de 18 a 30 años, así como también la mayoría con un 62.5% son de sexo femenino, que han estudiado superior universitaria un 87.5% y la mayoría con un 68.75 cuentan con un cargo de administrador, así como también una mayoría con un 62.5 % de 0 a 3 años está en el mercado. Se le recomienda tener mucha perseverancia, enfocarse en generar productividad para mejorar su empresa y desarrollarse como profesional. Por qué ayudara a los clientes se sientan cómodos y bien tratados.

Respecto a las características de la Micro y Pequeña Empresas (MYPE). Tabla 02.

- La mayoría (81.25%) de las Micro y Pequeñas Empresas se encuentra en oficio entre 0 a 3 años de antigüedad con un 56.25%, también con un 81.25% cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores y una mayoría con un 81.25% concluyeron que los trabajadores no son familiares, por ende, su objetivo de su creación fue para generar ganancia con un 93.75%, además los recursos que se utiliza con un 50% tienen una buena relación entre trabajadores. Respecto a las Micro y Pequeñas Empresas se le recomienda tomar en cuenta su material humano, ya que, de ellos, en una gran parte depende el desarrollo y permanencia en el mercado la empresa.

Referente a la variable gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE).

Tabla 03.

- La mayoría con un 68.75% de los representantes de la Micro y Pequeña Empresa (Mypes) nos dice que si conocen el termino gestión de calidad, además sostienen el aporte que tiene

las técnicas modernas es la gestión de calidad, la mayoría con un 75% respondieron que es la atención al cliente, por otro lado con un 50% de las dificultades que se le generan en el proceso son otros no a los que se le planteo como: Poca iniciativa, aprendizaje lento, no se adapta a los cambios, desconocimiento del puesto y con un 50% sus técnicas de medición, es la observación, también en su totalidad (100%) afirman que la gestión de calidad contribuye a mejorar su negocio , con un 81.25% ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas, así como también la mayoría con un 68.75% uno de los factores más relevantes utilizados para la gestión de calidad es el trabajo en equipo. Sobre la investigación realizada a las representantes de las Mypes en lo que es la gestión de calidad que aplica en la empresa, se le recordaría que aplique más técnicas modernas de evaluación, en la mayoría deberían profundizar más las dificultades que nos respondieron que fue otros que ellos conocen, enfocarse en solucionar esa problemática. Por qué de allí dependerá una buena atención al cliente, se sabe que un cliente satisfecho, y ayudará al cliente que regresa y recomienda.

Referente a la atención al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE). Tabla 04.

- La mayoría con un 93.75% de los representantes de la Micro y Pequeña Empresa (Mypes) tienen de conocimiento el termino atención al cliente, dónde en un 75% aplican la gestión de calidad en la atención al cliente y también en su totalidad (100%) están de acuerdo que la atención al cliente es fundamental, así como también con un 56.25% nos afirman que las herramientas más utilizadas es la comunicación en su empresa, por otro lado con un 56.25% su principal factor es la rapidez en la entrega de sus productos hacen que la mayoría estén contento y afirmen con un 62.5% que la atención brindada es buena , a la vez con un 50% de sus resultados de una buena atención al cliente , es que se sienten

satisfechos ; es así que con un 93.75% de los representantes de las Mypes afirman que sí es un factor relevante en su gestión, también con un total (100%) afirma que sí, la Atención al Cliente es un factor relevante, y con un 62.5% mejorar la atención al cliente se tomó en cuenta fue toda las anteriores como: Amabilidad, capacitación al colaborador, información al cliente; además 43.75% los representantes de las Mypes tienen de conocimiento que las estrategias a utilizar en la atención al cliente fue toda las anteriores como: Mejorar la calidad del producto, innovación del producto, rapidez en la atención y adecuar el producto a preferencia del cliente, cabe recalcar que ellos siguen en un proceso de mejora con sus productos y servicios, por tal razón con un 56.25 % se dejó evidencia que la mayoría están comprometidos con las normas del reglamento interno para una buena atención al cliente. Ya que todos conocen que la atención al cliente es fundamental para una empresa, se le recomendaría que los representantes conocieran más técnicas Como: Benchmarking, Empowerment, Las 5s, Outsourcing, Así también otras técnicas que a mi parecer es más relevante que la otra como: Evaluación de 360°. Este ayudara que los clientes vean algo novedoso, buen clima laboral, personal bien entrenados y motivados para brindar una buena atención al cliente, entonces el cliente se va a sentir cómodo como si estuviera en su casa, debemos entender que el cliente regresa siempre y cuando colmen todas sus expectativas.

Aspectos complementarios

FIGURAS

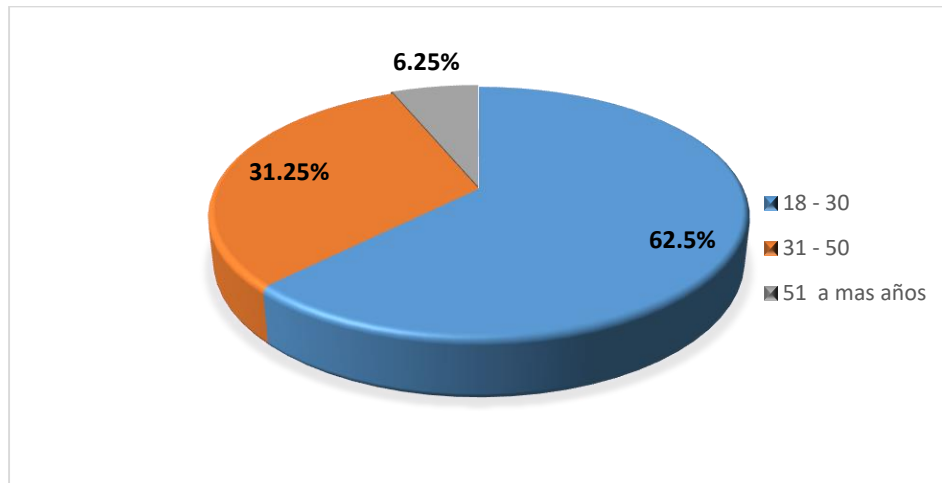


Figura N°01: Edad del representante

Fuente: Tabla 01

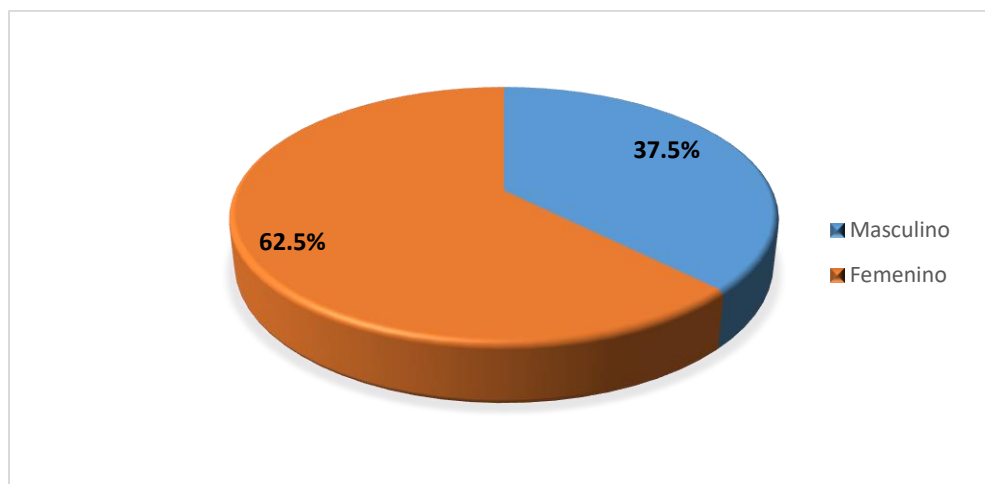


Figura N°02: Género del representante

Fuente: Tabla 01

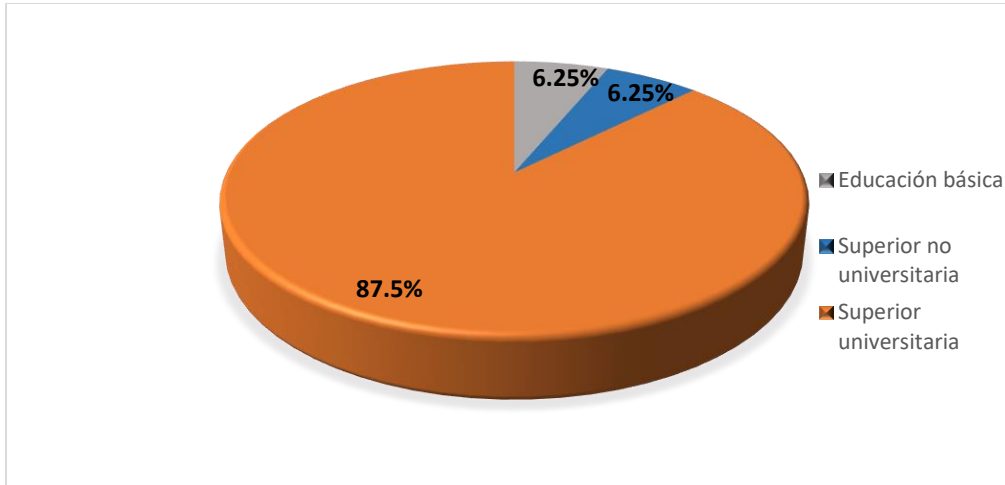


Figura N°03: Grado de instrucción del representante

Fuente: Tabla 01

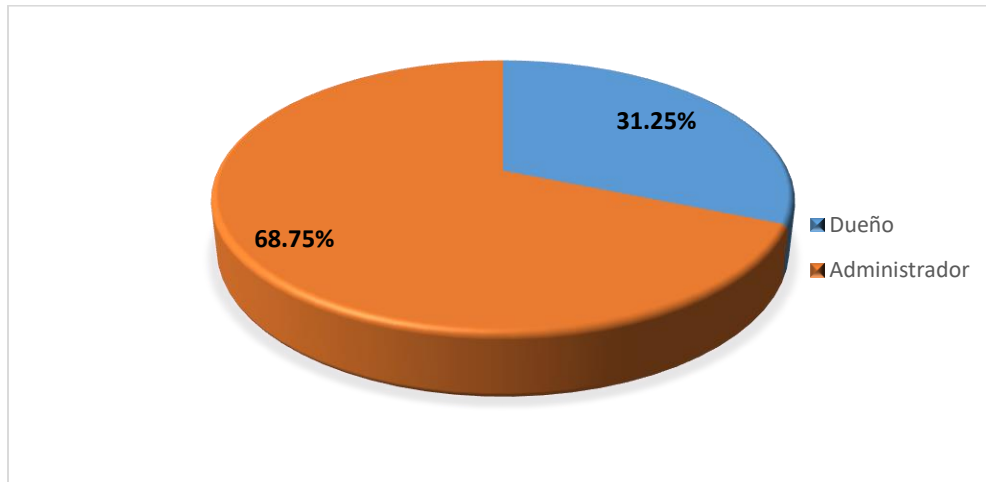


Figura N°04: Cargo del representante

Fuente: Tabla 01

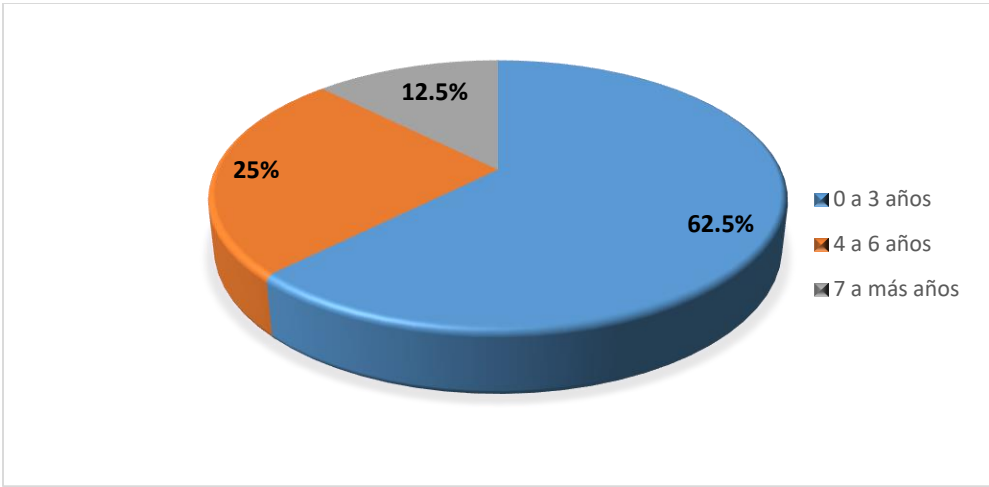


Figura N°05: Tiempo en el cargo de los representantes

Fuente: Tabla 01

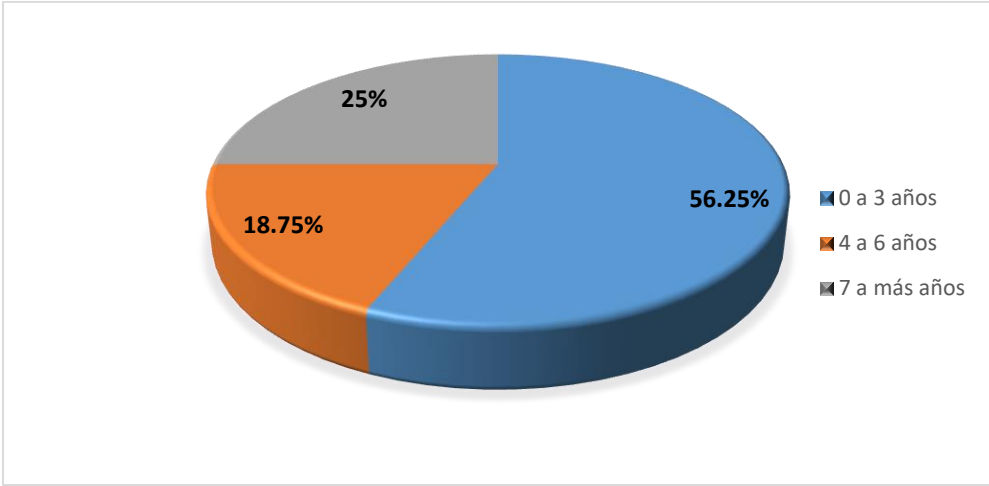


Figura N°06: Tiempo de permanencia de las MYPE

Fuente: Tabla 02

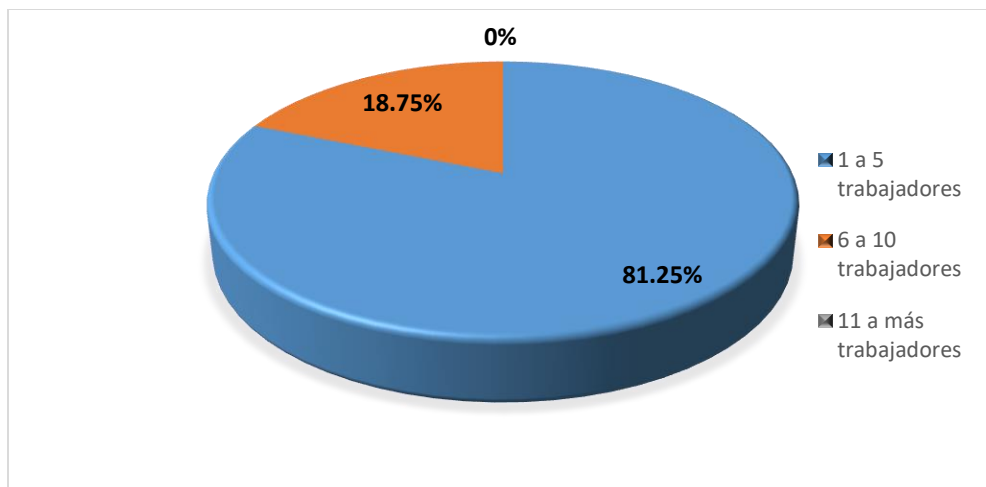


Figura N°07: Números de trabajadores en las MYPE

Fuente: Tabla 02

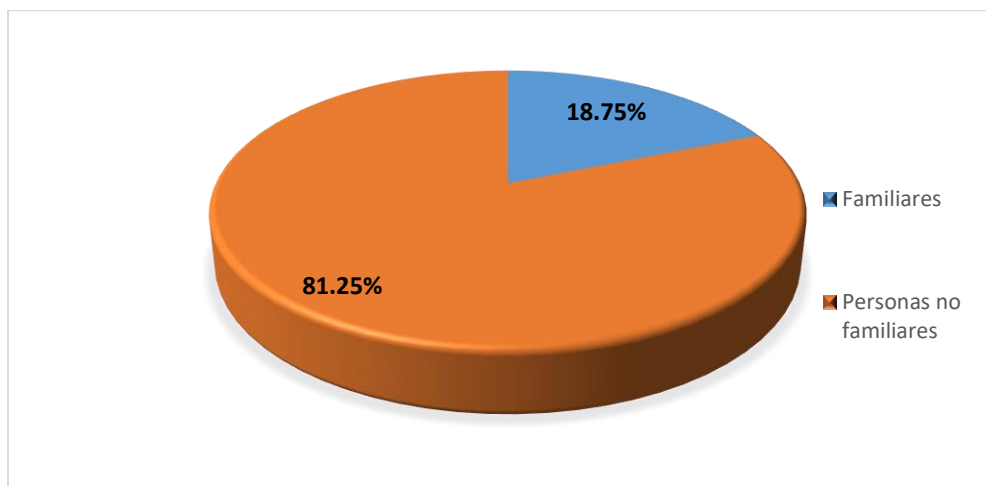


Figura N°08: Tipos de trabajadores en las MYPE

Fuente: Tabla 02

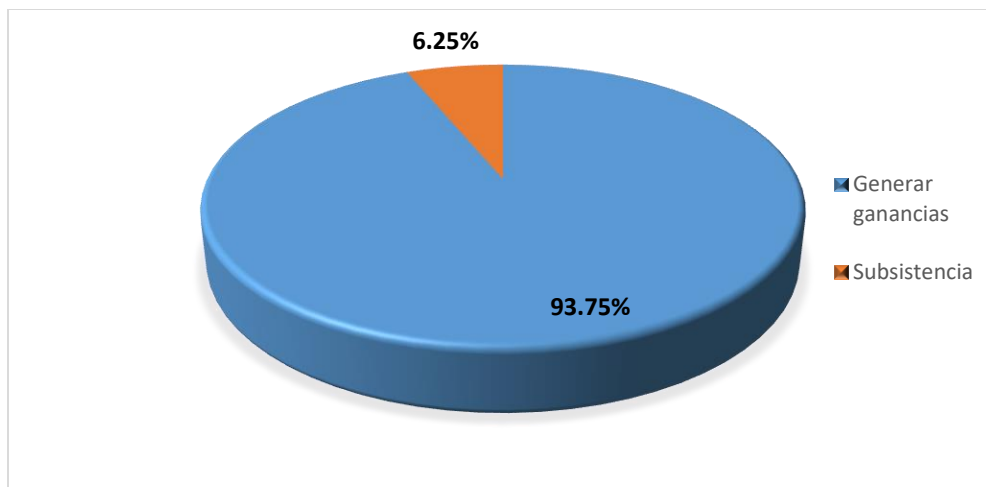


Figura N°09: Objetivo de las MYPE

Fuente: Tabla 02

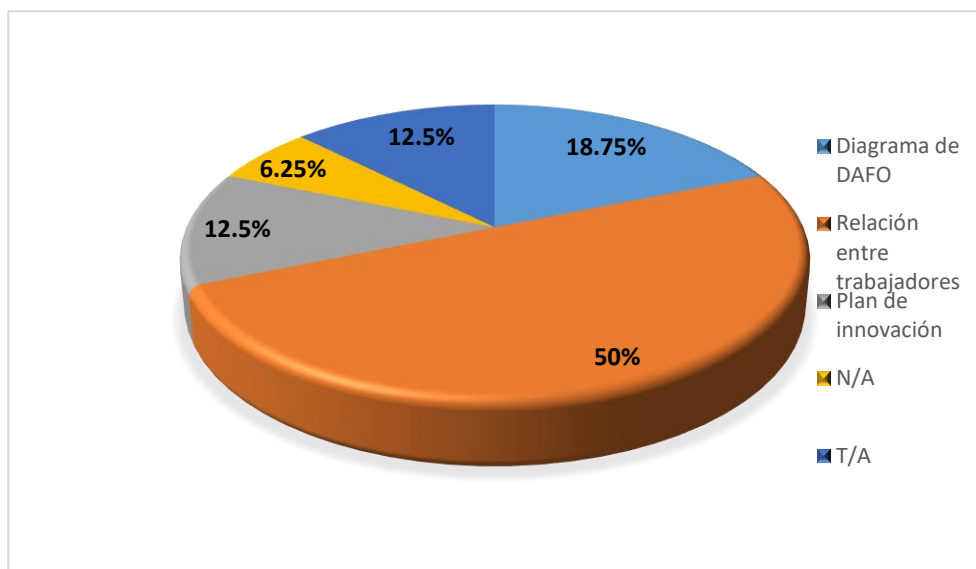


Figura N°10: Recursos para un plan de mejora de las MYPE

Fuente: Tabla 02

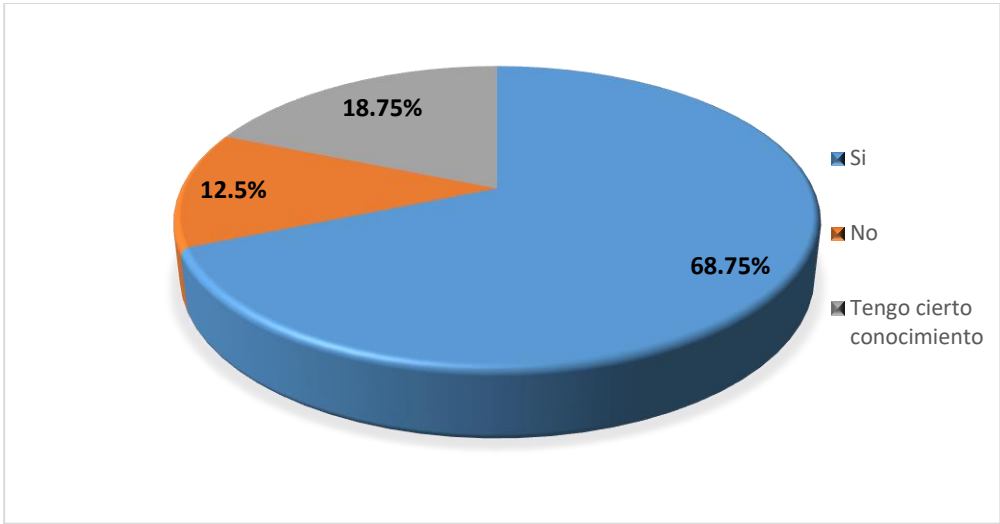


Figura N°11: Conoce el termino gestion de calidad en las MYPE

Fuente: Tabla 03

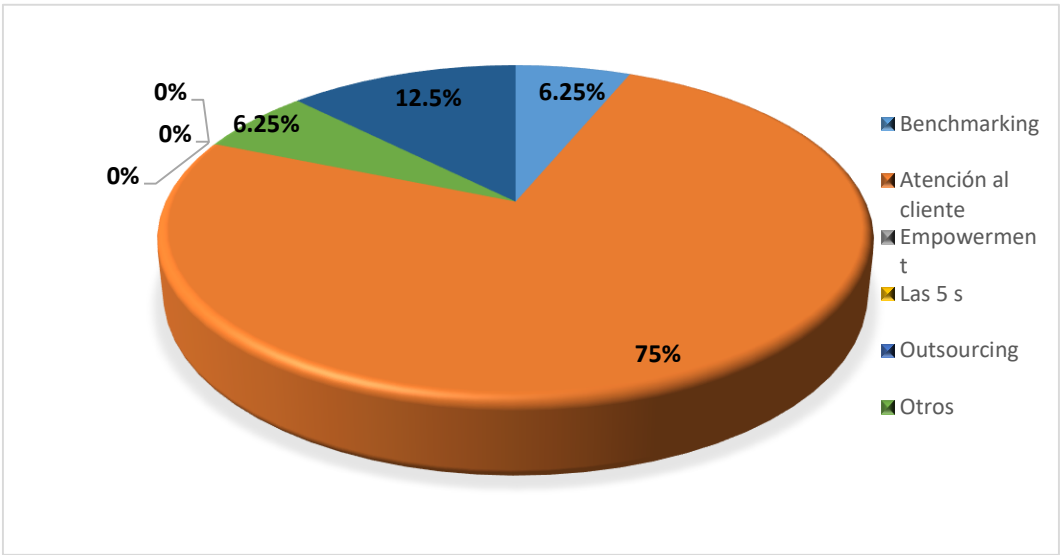


Figura N°12: Conoce tecnicas modernas en su gestion de calidad en las MYPE

Fuente: Tabla 03

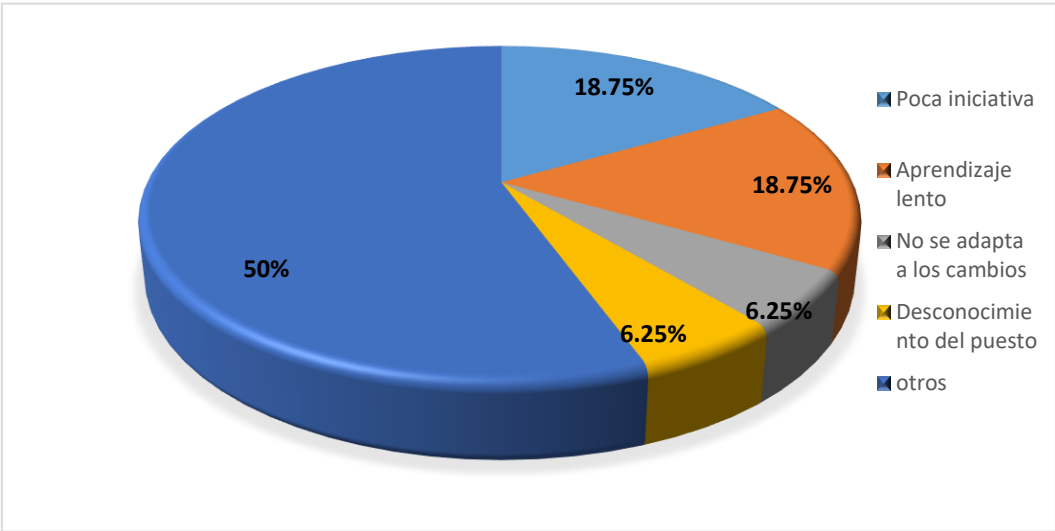


Figura N°13: Dificultades que encuentre en su gestion de calidad en las MYPE

Fuente: Tabla 03

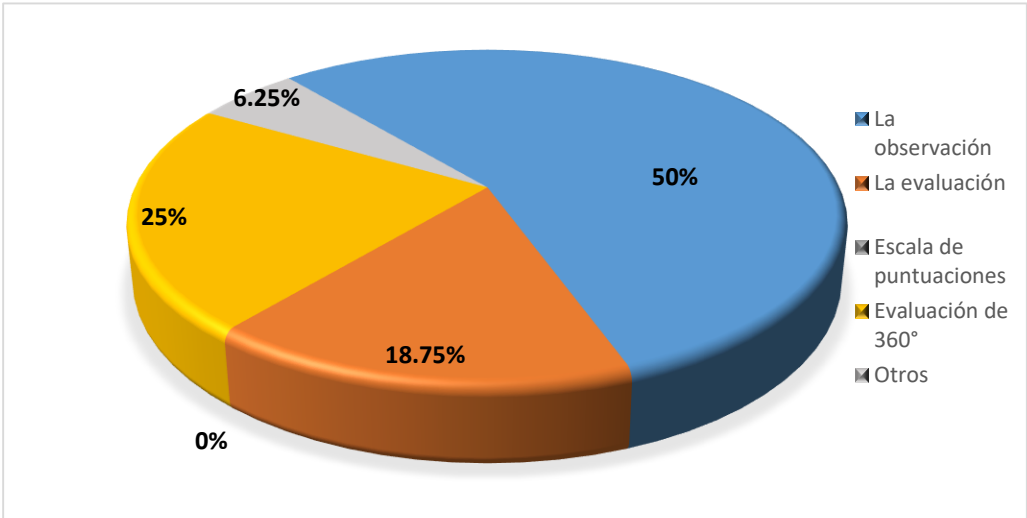


Figura N°14: Técnicas que encuentre en su gestion de calidad en las MYPE

Fuente: Tabla 03

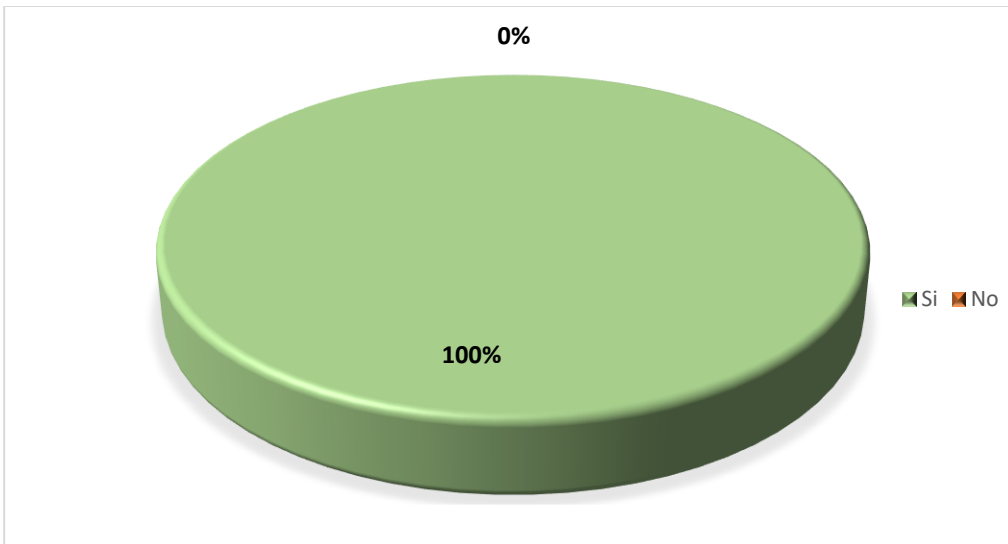


Figura N°15: La gestión de calidad contribuye a mejorar en las MYPE

Fuente: Tabla 03

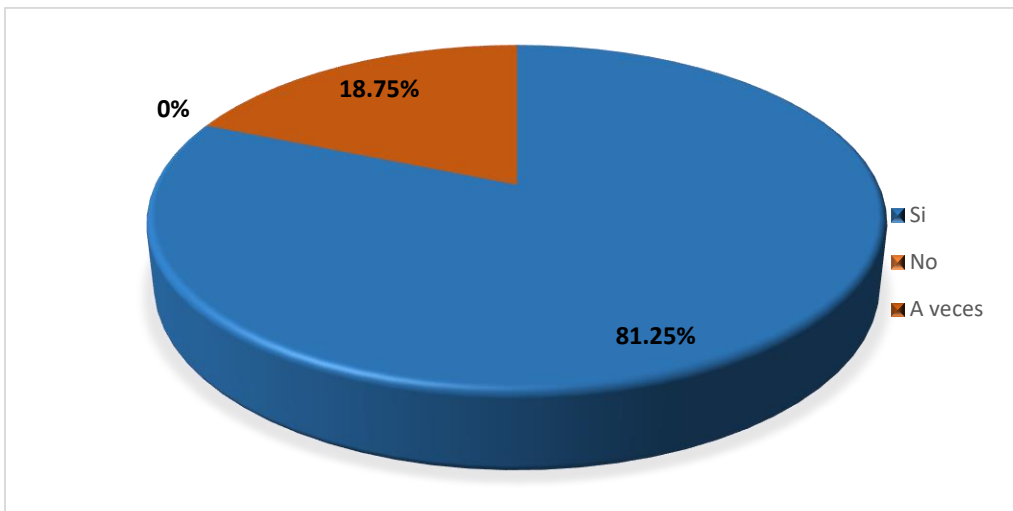


Figura N°16: La gestión de calidad ayuda alcanzar objetivos en las MYPE

Fuente: Tabla 03

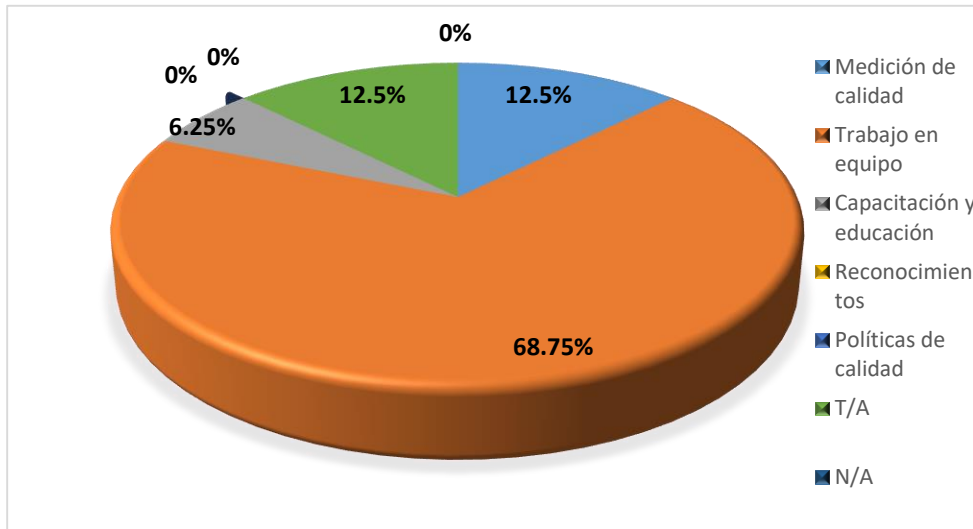


Figura N°17: Un factor relevante la gestión de calidad en las MYPE

Fuente: Tabla 03

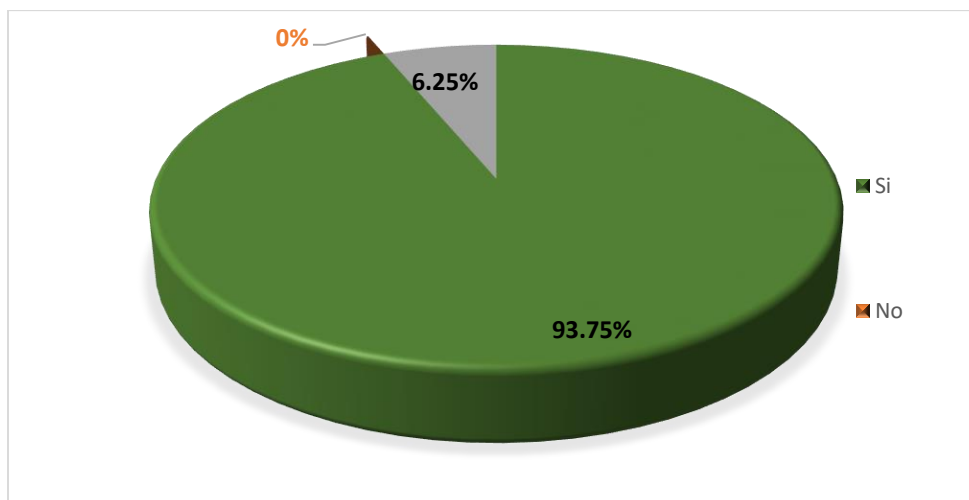


Figura N°18: Conoce el término Atención al Cliente en las MYPE

Fuente: Tabla 04

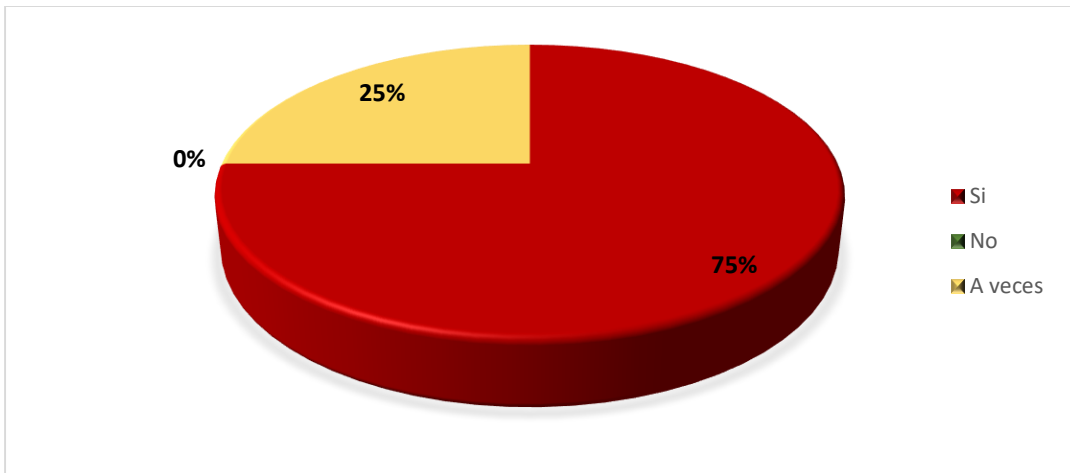


Figura N°19: Aplica la gestión de calidad en Atención al Cliente en las MYPE

Fuente: Tabla 04

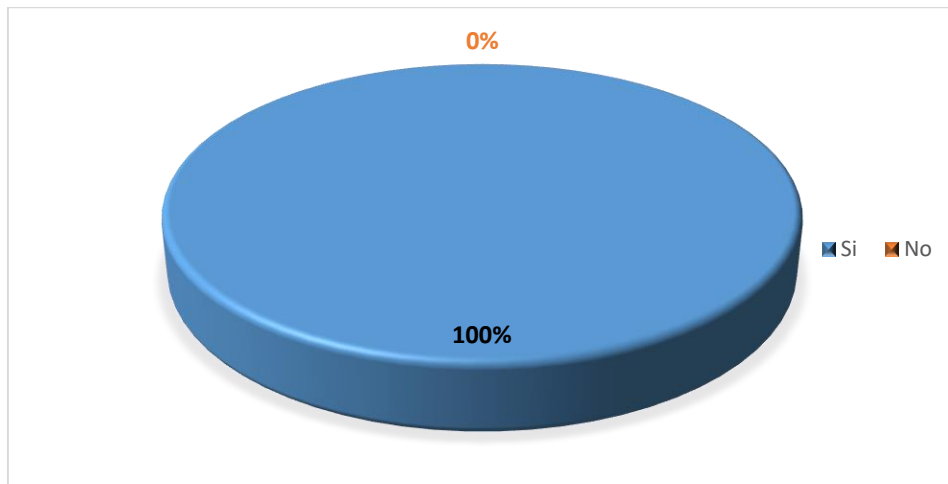


Figura N°20: Atención al Cliente es fundamental en las MYPE

Fuente: Tabla 04

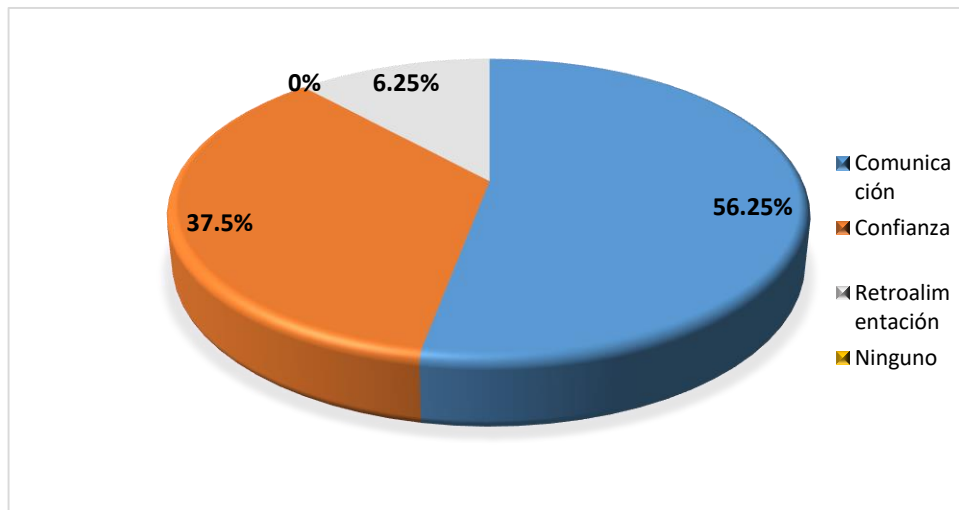


Figura N°21: Herramientas en la Atención al Cliente en las MYPE

Fuente: Tabla 04

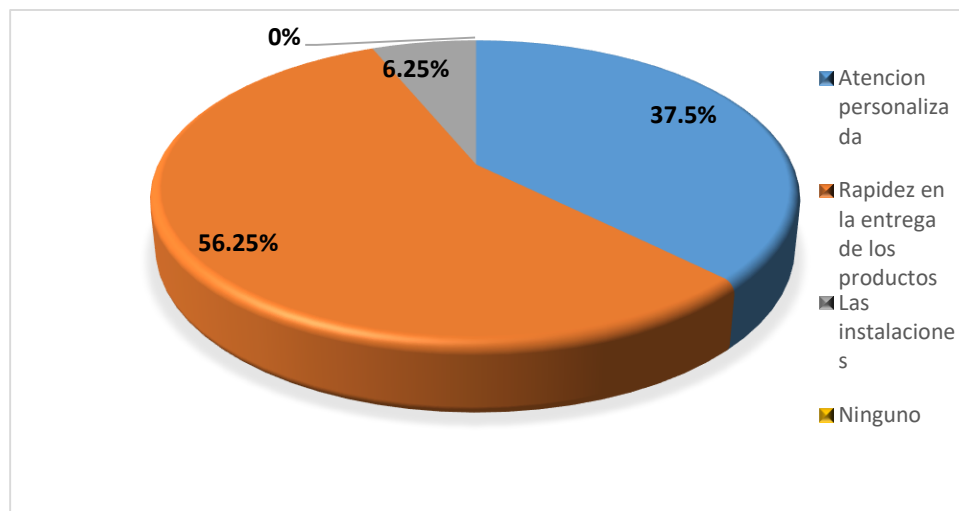


Figura N°22: Herramientas en la Atención al Cliente en las MYPE

Fuente: Tabla 04

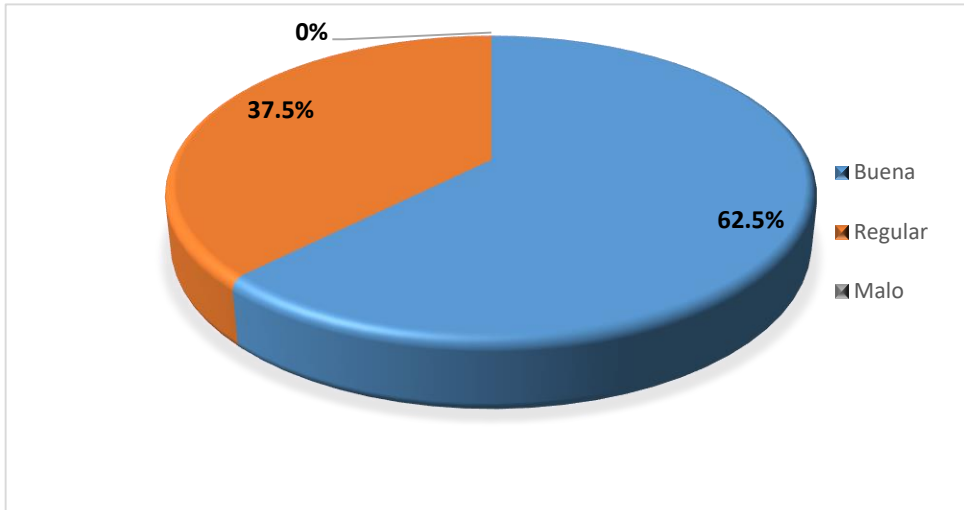


Figura N°23: La Atención al Cliente en las MYPE

Fuente: Tabla 04

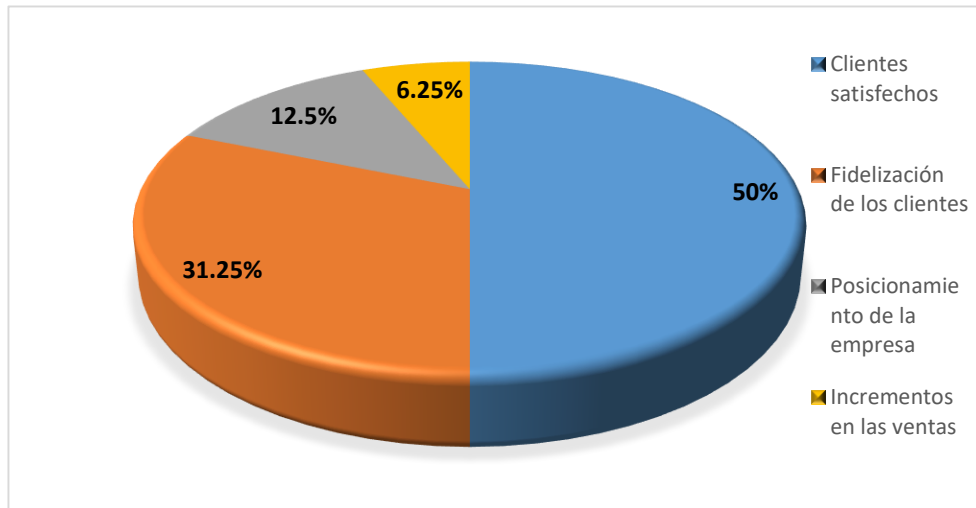


Figura N°24: Resultados en la Atención al Cliente en las MYPE

Fuente: Tabla 04

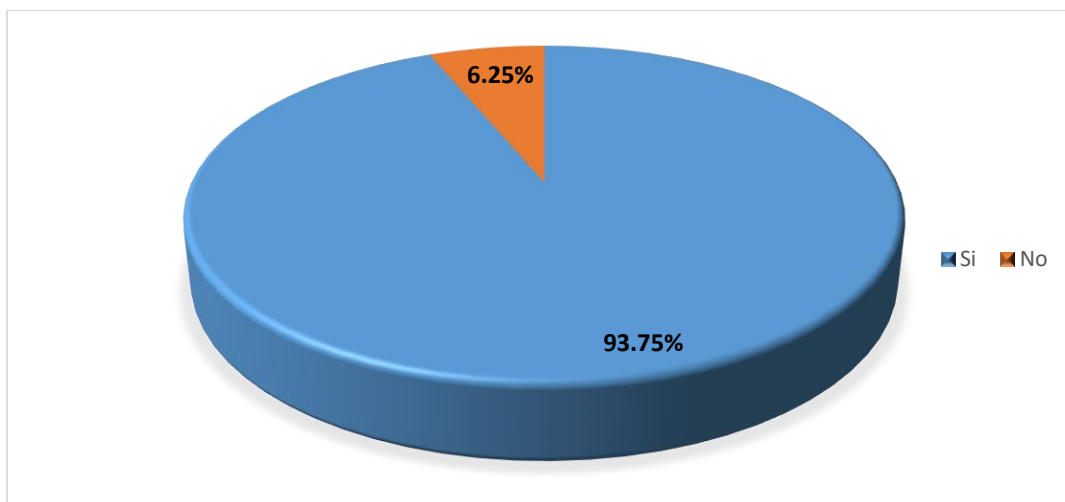


Figura N°25: La Atención al Cliente es un factor relevante en en su gestion

Fuente: Tabla 04

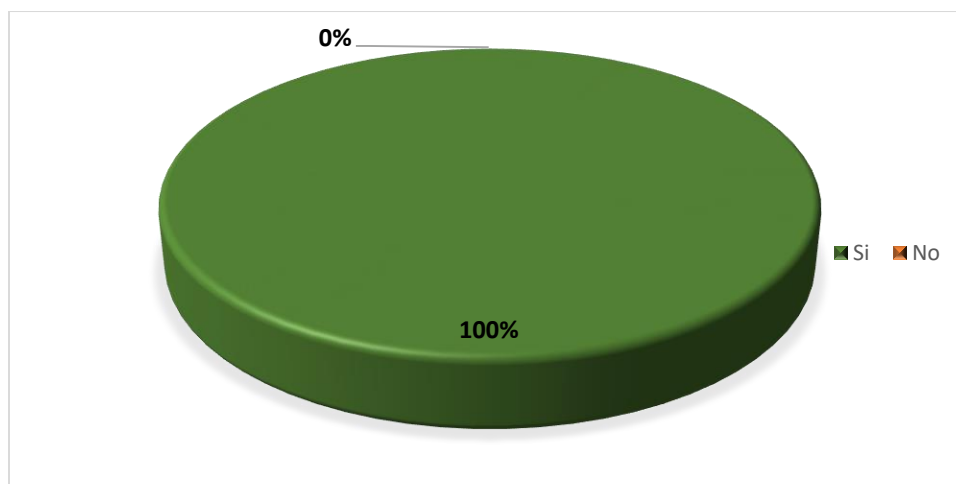


Figura N°26: La Atención al Cliente es un factor relevante en las MYPE

Fuente: Tabla 04

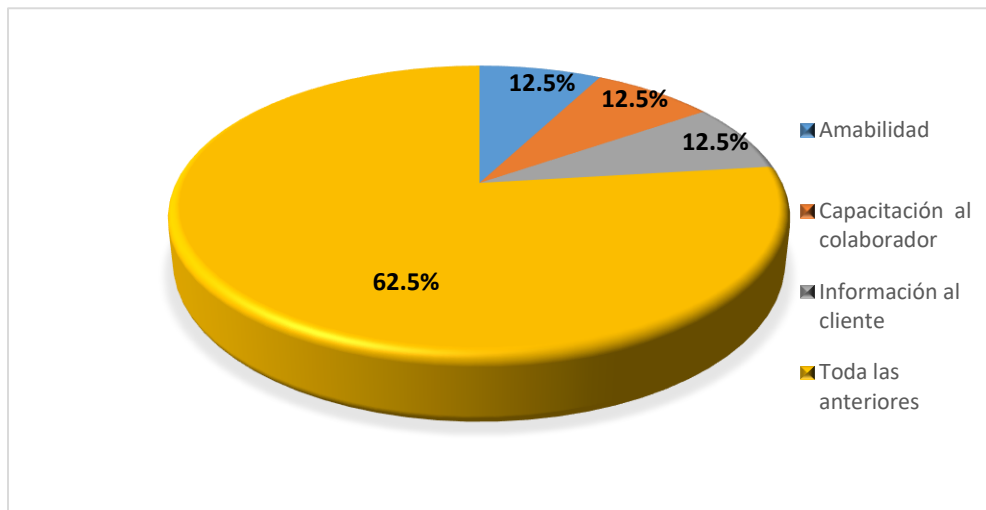


Figura N°27: Mejora la Atención al Cliente en las MYPE

Fuente: Tabla 04

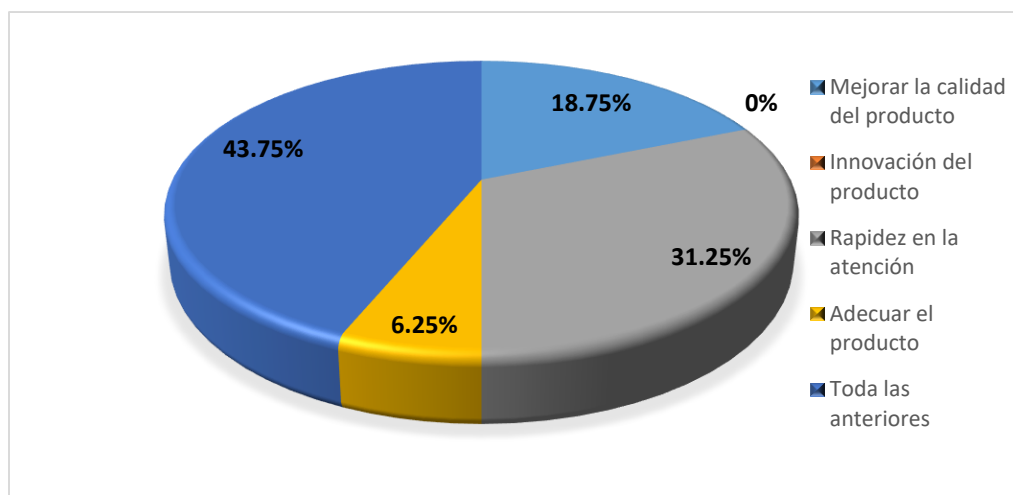


Figura N°28: Estrategias para mejorar la Atención al Cliente en las MYPE

Fuente: Tabla 04

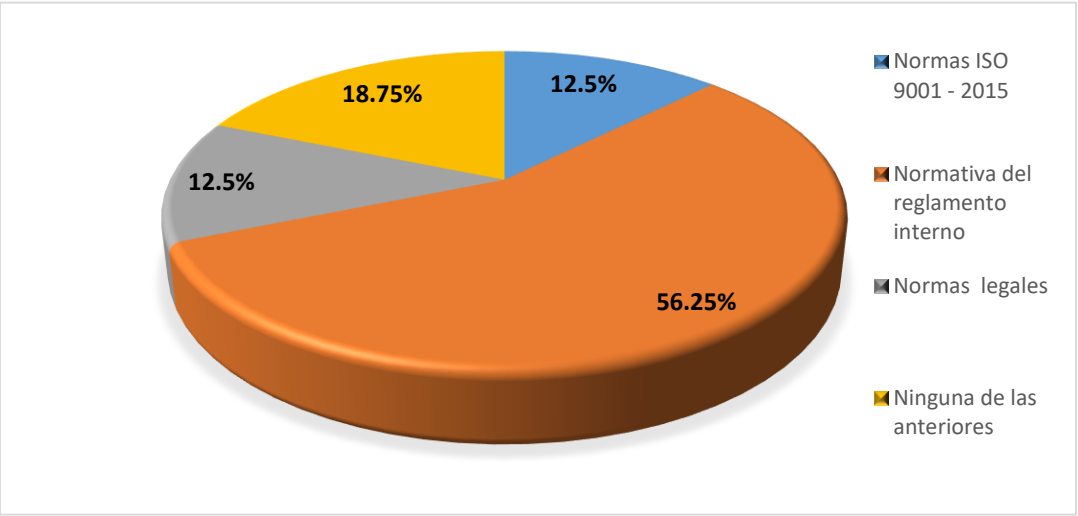


Figura N°29: Normas que se emplea para la Atención al Cliente en las MYPE

Fuente: Tabla 04

Referencias bibliográficas

Antúnez (2017). En su investigación: *Gestión de calidad en Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5327>

Álvarez, G. (2006). En su investigación: *Introducción a la calidad*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books/about/Introducci%C3%B3n_a_la_Calidad.html?id=Og6K9F8X8rUC

Álvarez, (2015). Nos habla sobre su investigación: “*Caracterización de la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta minorista de lubricantes de la Av. Pardo del distrito de Chimbote, 2013*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041239>

Cámara de Comercio, (2019). Su investigación está basada: *En la informalidad de las MYPES en la región de la libertad y sobre su economía lograda durante este periodo*. Recuperado de: <http://www.camaratru.org.pe/web2/index.php/jstuff/camara-en-los-medios/item/3371-la-libertad-60-de-las-mypes-son-informales-fuente-la-industria>

CEPAL, (2016). Su análisis de información está basado en: *La comisión económica para américa latina y el caribe, su justificación e importancia de las Mypes en sector servicio*. Recuperado de: PG 14
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf

Chicana, G. (2017). Nos habla de su investigación: *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones. Lima 2016*. Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8937/Chicana_GLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Comex Perú, (2016 y 2017). Comercio exterior en el Perú, nos habla de: *La informalidad y formalidad que se encuentra en distintos rubros*. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/economia/comexperu-mypes-peru-informalidad>

Deming, W. (2005). En su investigación nos dice sobre: *Administración y control de la calidad*. Recuperado de: <https://jorrivieraunah.files.wordpress.com/2011/06/capitulo-3-filosofias-y-marcos-de-referencia-de-la-calidad.pdf>

Diario Correo, (15 de diciembre, 2018). Analiza: *El estado de la informalidad por peruanos y migrantes*. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/edicion/la-libertad/daniel-marcelo-el-60-del-comercio-informal-es-causado-por-los-vendedores-formales-859228/>

Estrada, (2015). En su investigación nos habla: “*Caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro lubricantes de la Av. Pardo cdra. 11 del distrito de Chimbote, 2013*”. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037636>

Fonpyme, (2018). Fondo mediana y pequeña empresa, nos habla sobre: *La formalización de incremento de MYPES*. Recuperado de: <https://www.vtv.gob.ve/fonpyme-apuesta-a-que-cada-emprendedor-se-convierta-en-una-empresa/>

García & Lindao (2016). En su investigación nos dice: “*Propuesta De Un Diseño Para La Implementación De Un Sistema De Gestión Basado En La Norma ISO 9001:2008 Para La Empresa Logistecsa Sucursal Guayaquil*”: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/31803/4/TESIS%20ISCE%20->

[%20055%20Dise%C3%B1o%20de%20Sistema%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20Calidad%20Logistecsa%20Guayaquil%20Lindao-Garcia.pdf](#)

García (2015). En el contexto local, se consideró en su investigación: “*Caracterización de la atención al cliente y la capacitación en las Mype del rubro restaurantes del distrito de Lalaquiz - Huancabamba, 2015*”. Recuperado de: <https://docplayer.es/89975462-Universidad-catolica-los-angeles-de-chimbote-facultad-de-ciencias-contables-financieras-y-administrativas-escuela-profesional-de-administracion.html>

González y Cabrera, (2018). Nos habla sobre: *Crecimiento de las MYPES en Ecuador en los últimos años*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/sector-informal-ecuador.html>

Gomes, H. (2006). Define la atención al cliente. Recuperado de: <https://docplayer.es/49643946-Para-este-punto-tenemos-que-humberto-sernagomez-2006-afirma-que.html>

IESA, (2018). Instituto de Estudios Superiores de Administración nos habla sobre: *La resolución de la nueva ley y su creación de las pequeñas industrias*. Recuperado de: <https://www.webfindyou.com.ve/blog/99-de-las-pymes-venezolanas-no-tiene-el-presupuesto-para-pagar-un-verdadero-mercadeo-digital-conoce-la-solucion-webfindyou-para-salir-de-la-crisis/>

Ibarra Morales, L. E., Espinoza Galindo, B., & Casas Medina, V. (2014). Aplicación del modelo Servqual para evaluar en su investigación: “*Calidad en el Servicio en los hospitales Públicos de Hermosillo Sonora. Tecnociencia Chihuahua* “. Recuperado de: http://tecnociencia.uach.mx/numeros/v8n2/data/Aplicacion_del_modelo_Servqual_para_evaluar_la_calidad_en_el_servicio_en_los_hospitales_publicos_de_Hermosillo_Sonora.pdf

INEI, (junio 2019). Instituto nacional de estadística e informática. pg7, hace un análisis: *En el sector servicio rubro restaurantes.* Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-estadistico-del-sector-servicios-n-02-febrero-2019-1ra-correccion.pdf>

Jara, M. (2011). En su tesis nos plantea: *¿Plan de calidad de atención del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurant turístico “¿El Mochica” Trujillo 2010 universidad nacional de Trujillo,* Trujillo, Perú.:[http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3731/jara_m.pdf? sequence =1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3731/jara_m.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Jurado (2014). En su estudio: "*Gestión de calidad de servicios y atención al cliente para mejorar las operaciones internas de restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito*". Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8010>

La república, (13 de mayo 2019). La municipalidad nos habla sobre: *La informalidad en Trujillo.* Recuperado de: <https://larepublica.pe/archivo/792187-en-la-provincia-de-trujillo-43-de-mypes-son-ilegales/>

LEY N° 28015 LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (Promulgada el 3 de Julio del 2003). Nos menciona sobre: *Disposiciones generales, Marco institucional de las políticas de promoción y formalización, de los consejos regionales y locales, de la capacitación y asistencia técnica, del acceso a los mercados y la información, de la investigación, innovación y servicios tecnológicos, del acceso al financiamiento.* Recuperado de: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

López, M. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. Recuperado de :
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>

MEFT, (2018). Ministerio de economía, fomento y turismo. Chile realiza estudios: *La informalidad y formales de las pymes durante los últimos años*. Recuperado de.
<https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/Boletín-Informalidad-EME-5.pdf>

Pizzo, M. (2013). Plan de mejoramiento en la calidad del servicio al cliente, inmediato y simple. recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/plan-de-mejoramiento-en-lacalidad-del-servicio-al-cliente-inmediato-y-simple/>

Riquelme, M. (2017). Realizó la investigación sobre: *La importancia de la gestión de la calidad*. Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>

Saavedra, T. (2018). En su análisis nos habla sobre: *Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las Mypes rubro panaderías del centro de Tambo grande año 2018*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/594>

Sánchez (2017). Realizó la investigación “*Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante Pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa*”. Recuperado de:
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>

Villacorta, (2018). Nos habla sobre su investigación: *Atención al cliente*. Recuperado de:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO 1: Cronograma de Actividades

Actividades	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Selección del Tema de Investigación, socialización, planeamiento, metodología, evaluación del proyecto de investigación	X	X	X	X												
Ejecución del proyecto de investigación, recolección de datos					X	X	X									
Informe de investigación, interpretación y análisis de resultados,								X	X							
Conclusiones y recomendaciones										X						
Presentación de la propuesta de informe final y artículo científico para calificación por el AT y JI											X	X				
Prebanca													X			
Levantamiento de observaciones - EMPASTADO														X		
Sustentación y elaboración del acta respectiva															X	
Segunda sustentación y cierre de taller																X

ANEXO 2: Presupuesto y financiamiento**PRESUPUESTO**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (en soles)	COSTO TOTAL (en soles)
Impresiones	30	0.50	15
Servicio de Internet	4 Meses	69	276
Copias para la encuesta	300	0.10	3
Anillado	04	2	8
Útiles múltiples	-	-	30
Servicio de Luz	4 Meses	30	120
Mantenimiento para Moto	4 Mant.	30	120
Combustible para Moto	10 Glnes	13	130
Curso de Titulación	4 Meses	675	3100
		TOTAL	S/. 3,802

FINANCIAMIENTO: Autofinanciado por el estudiante

ANEXO 3.

3.1 Lista de la población de 30 Mypes - rubro restaurant

N°	REPRESENTANTE JURÍDICO	DIRECCIÓN	REPRESENTANTE
1	Restaurant PAOLA	Jr. Junín 313 Centro Histórico	Ruiz Pérez vda Gómez, María
2	Restaurant NORTEÑITA	Jr. Gamarra 232 Centro Histórico	Zapata Iman, Nilda
3	Restaurant D' ANGELO	Jr. Orbegoso 170 Centro Histórico	Saucedo Castillo , Ligia Elena
4	Restaurant LA DOÑA	Jr. F. Pizarro 338 Centro Histórico	Armas Vela , Luis Fernando
5	Restaurant LA CHINITA	Jr. Bolívar 734 Centro Histórico	Vásquez Guzmán, J. Orlando
6	Restaurant MaKaRi	Jr. Bolívar 112 Centro Histórico	Lujan Burga, José Ricardo
7	Restaurant LA CASONA	Jr. S. Martin 677 Centro Histórico	Rosales Mendoza, flor de María
8	Restaurant YAPITA	Jr. Colon 309 Centro Histórico	Vázquez Oblitas, Amelia
9	RESTAURANTE SAN FRANCISCO E.I.R.L	Jr. Gamarra n° 433 - Centro Histórico	20540001627
10	RESTAURANT DEMARCO E.I.R.L.	Jr. Francisco Pizarro n° 725 1° piso - Centro Histórico	20482646388
11	RESTAURANTE LA PAUSA E.I.R.L.	Jr. Miguel Estete n° 472, Centro Histórico	20601572274
12	CATERING DEL NORTE S.A.C.	Jr. Bolívar 462 Centro Histórico	20559651886
13	Restaurant EL SOL	Jr. S. Martin 296 Centro Histórico	Vera Zumaran, Silvia
14	Restaurant TEQUEÑOS	Av. Independencia 300 C. Histórico	Córdova Herrera, Elki
15	Restaurant HORNITO	Jr. F. Pizarro 339 Centro Histórico	Benancio Sánchez, R. Madeleyne
16	QUINTANILLA RIVERA, ANA LAURA DEL PILAR	Avenida España 2456 - Centro Histórico	43460842

17	RESTAURANTES PERUANOS SAC.	Av. España n° 2149 Centro Histórico	
18	SHIGUERU S.A.C.	Jr. Grau n° 646, 1er y 2do piso - Centro Histórico	20540071757
19	ESPINOZA FAUSTINO, WALTER JOSE	Jr. Orbegoso n° 763 primer piso - Centro Histórico	08592144
20	SERVICIOS ALIMENTARIOS M Y C S.A.C.	Jr. Orbegoso n° 319 primer piso - Centro Histórico	20482514392
21	AHON IPARRAGUIRRE, JULIETA ENRIQUETA	Jr. Estete n° 472 Centro Histórico	17904820
22	CASTRO LEON, KARLA PATRICIA	Jr. San Martin n° 525 Centro Histórico	71559385
23	Restaurant BRASERO	Jr. S. Martin 355 Centro Histórico	Jaime Valdiviezo, Yesica Lili
24	Restaurant ELIENAI	Jr. Almagro 298 Centro Histórico	Joaquín Fabián , Estefanía Alicia
25	Restaurant DON CASTULO	Pje. San Agustín 136 C. Histórico	Sociedad Anónima Cerrada
26	Restaurant EL RINCON DE VALLEJO	Jr. Orbegoso 170 Centro Histórico	Sociedad Anónima Cerrada
27	Restaurant DELICIA'S DEL NORTE	Pje. San Agustín 140 Centro Histórico	Sociedad Anónima Cerrada
28	PAREDES HUAMANCHUMO, ALFONSO EDUARDO ELIO	Jr. San Martin n° 516, 1er piso - Centro Histórico	7709162
29	VARGAS VERA, WILSON ANGEL	Jr. San Martin n° 696 - Centro Histórico	48093538
30	LINAREZ FERNANDEZ, ADAN	Jr. Independencia n° 585-587 - 1° y 2° piso - Centro Histórico.	42173410

3.2 Lista de Mypes encuestadas – rubro restaurantes

N°	REPRESENTANTE JURÍDICO	DIRECCIÓN DE LAS MYPES	REPRESENTANTE LEGAL
1	Restaurant PAOLA	Jr. Junín 313 Centro Histórico	Ruiz Pérez vda Gómez, María
2	Restaurant NORTEÑITA	Jr. Gamarra 232 Centro Histórico	Zapata Iman, Nilda
3	Restaurant D´ANGELO	Jr. Orbegoso 170 Centro Histórico	Saucedo Castillo , Ligia Elena
4	Restaurant LA DOÑA	Jr. F. Pizarro 338 Centro Histórico	Armas Vela , Luis Fernando
5	Restaurant LA CHINITA	Jr. Bolívar 734 Centro Histórico	Vásquez Guzmán, J. Orlando
6	Restaurant MaKaRi	Jr. Bolívar 112 Centro Histórico	Lujan Burga, José Ricardo
7	Restaurant LA CASONA	Jr. S. Martin 677 Centro Histórico	Rosales Mendoza, flor de María
8	Restaurant YAPITA	Jr. Colon 309 Centro Histórico	Vásquez Oblitas, Amelia
9	Restaurant EL SOL	Jr. S. Martin 296 Centro Histórico	Vera Zumaran, Silvia
10	Restaurant TEQUEÑOS	Av. Independencia 300 C. Histórico	Córdova Herrera, Elki
11	Restaurant HORNITO	Jr. F. Pizarro 339 Centro Histórico	Benancio Sánchez, R. Madeleyne
12	Restaurant BRASERO	Jr. S. Martin 355 Centro Histórico	Jaime Valdiviezo, Yesica Lili
13	Restaurant ELIENAI	Jr. Almagro 298 Centro Histórico	Joaquín Fabián , Estefanía Alicia
14	Restaurant DON CASTULO	Pje. San Agustín 136 C. Histórico	Sociedad Anónima Cerrada
15	Restaurant EL RINCON DE VALLEJO	Jr. Orbegoso 170 Centro Histórico	Sociedad Anónima Cerrada
16	Restaurant DELICIAˆS DEL NORTE	Pje. San Agustín 140 Centro Histórico	Sociedad Anónima Cerrada

3.3. Cuestionario



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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: La Atención al Cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurant del Centro Histórico, Trujillo, 2019. 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. Género

- a) Masculino
- b) Femenino
- c)

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Educación básica

- c) Superior no universitaria
- d) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña en la empresa

- 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 que hay en la empresa

- 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 de la empresa

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

10. ¿Qué recursos se utiliza para un plan de mejora en la empresa?

- a) El diagrama de DAFO
- b) Relación entre trabajadores y empresa
- c) Plan de innovación
- d) T/A
- e) N/A

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

11. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

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

12. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?:

- a) Benchmarking
- b) Atención al cliente
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) Outsourcing
- f) Otros
- g) Ninguno

13. ¿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

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

17. ¿Qué factores relevantes o importantes toma en su gestión?

- a) Trabajo en equipo
- b) Mediciones de calidad
- c) Capacitación y evaluación
- d) Recompensas y reconocimientos
- e) Políticas de calidad
- f) T/A
- g) N/A

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

18. ¿Conoce el término de atención al cliente?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

21. ¿Qué herramientas que utiliza para un servicio de calidad?

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

22. ¿Principales factores que para la calidad al servicio que brinda?

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

23. ¿La atención que brinda a los clientes es?

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

24. ¿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 de las ventas.

25. ¿Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para la gestión de calidad?

- d) Si
- e) No

26. ¿Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente?

- a) Si
- b) No

27. ¿De qué manera se mejora la atención al cliente en su empresa?

- a) Amabilidad
- b) Capacitación al colaboradores
- c) Información al cliente
- d) Toda las anteriores

28. ¿Qué estrategias utiliza usted para satisfacer las necesidades del cliente?

- a) Mejorar la calidad del producto y/o servicio
- b) Innovación del producto
- c) Rapidez en la atención
- d) Adecuar el producto y/o servicio al cliente
- e) Toda las anteriores

29. ¿qué normas utiliza su empresa para mejorar la atención al cliente?

- a) Normas ISO 9001 – 2015
- b) Normativa del reglamento interno de la empresa
- c) Normas legales
- d) Ninguna de las anteriores

3.4 Tabulación

PREGUNTAS	RESPUESTAS	TABULACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
-----------	------------	------------	---------------------	---------------------

REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

1. Edad	18 - 30	### ###	10	62.5
	31 - 50	###	5	31.25
	51 a más años	I	1	6.25
	Total	16	16	100
2. Género	Masculino	### I	6	37.5
	Femenino	### ###	10	62.5
	Total	16	16	100
3. Grado de instrucción	Sin educación		0	0
	Educación básica	I	1	6.25
	Superior no universitaria	I	1	6.25
	Superior universitaria	### ### IIII	14	87.5
	Total	16	16	100
4. Cargo que desempeña en la empresa	Dueño	###	5	31.25
	Administrador	### ### I	11	68.75
	Total	16	16	100
5. Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	### ###	10	62.5
	4 a 6 años	IIII	4	25
	7 a más años	II	2	12.5
	Total	16	16	100

CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años	### IIII	9	56.25
	4 a 6 años	III	3	18.75
	7 a más años	IIII	4	25
	Total	16	16	100
7. Número de Trabajadores que hay en la empresa	1 a 5 trabajadores	### ### III	13	81.25
	6 a 10 trabajadores	III	3	18.75
	11 a más trabajadores		0	0
	Total	16	16	100

8. Las personas que trabajan en su empresa son:	Familiares	III	3	18.75
	Personas no familiares	### ### III	13	81.25
	Total	16	16	100
9. Objetivo de creación de la empresa	Generar ganancias	### ### ###	15	93.75
	Subsistencia	I	1	6.25
	Total	16	16	100
10. ¿Qué recursos se utiliza para un plan de mejora en la empresa?	Diagrama de DAFO	III	3	18.75
	Relación entre trabajadores	### IIII	8	50
	Plan de innovación	II	2	12.5
	N/A	I	1	6.25
	T/A	II	2	12.5
	Total	16	16	100

GESTIÓN DE CALIDAD

11. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?	Si	### ### I	11	68.75
	No	II	2	12.5
	Tengo cierto conocimiento	III	3	18.75
	Total	16	16	100
12. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?:	Benchmarking	I	1	6.25
	Atención al cliente	### ### II	12	75
	Empowerment		0	0
	Las 5 s		0	0
	Outsourcing		0	0
	Otros	I	1	6.25
	Ninguno	II	2	12.5
	Total	16	16	100
13. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad?	Poca iniciativa	III	3	18.75
	Aprendizaje lento	III	3	18.75
	No se adapta a los cambios	I	1	6.25
	Desconocimiento del puesto	I	1	6.25
	otros	### III	8	50

	Total	16	16	100
14. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?:	La observación	### III	8	50
	La evaluación	III	3	18.75
	Escala de puntuaciones		0	0
	Evaluación de 360°	IIII	4	25
	Otros	I	1	6.25
	Total	16	16	100
15. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	Si	### ### ### I	16	100
	No		0	0
	Total	16	16	100
16. ¿La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa?	Si	### ### III	13	81.25
	No		0	0
	A veces	III	3	18.75
	Total	16	16	100
17. ¿Qué factores relevantes o importantes toma en su gestión?	Medición de calidad	II	2	12.5
	Trabajo en equipo	### ### I	11	68.75
	Capacitación y educación	I	1	6.25
	Reconocimientos		0	0
	Políticas de calidad		0	0
	T/A	II	2	12.5
	N/A		0	0
	TOTAL	16	16	100

ATENCIÓN AL CLIENTE

18. ¿Conoce el término de atención al cliente?	Si	### ### ###	15	93.75
	No		0	0
	Tengo cierto conocimiento	I	1	6.25

	Total	16	16	100
19. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?	Si	### ## II	12	75
	No		0	0
	A veces	III	4	25
	Total	16	16	100
20. ¿Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento?	Si	### ## ## I	16	100
	No		0	0
	Total	16	16	100
21. ¿Qué herramientas que utiliza para un servicio de calidad?	Comunicación	### III	9	56.25
	Confianza	## I	6	37.5
	Retroalimentación	I	1	6.25
	Ninguno		0	0
	Total	16	16	100
22. ¿Principales factores que para la calidad al servicio que brinda?	Atención personalizada	## I	6	37.5
	Rapidez en la entrega de productos	### III	9	56.25
	Las instalaciones	I	1	6.25
	ninguna		0	0
	Total	16	16	100
23. ¿La atención que brinda a los clientes es?	Buena	### ##	10	62.5
	Regular	## I	6	37.5
	Malo		0	0
	Total	16	16	100
24. ¿Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente?	Clientes satisfechos	### III	8	50
	Fidelización de los clientes	##	5	31.25
	Posicionamiento de la empresa	II	2	12.5
	Incrementos en las ventas	I	1	6.25
	Total	16	16	100

25. ¿Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para la gestión de calidad?	Si	### ##	15	93.75
	No	I	1	6.25
	Total	16	16	100
26. ¿Considera usted que la atención al cliente es un factor relevante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente?	Si	### ## ## I	16	100
	No		0	0
	Total	16	16	100
27. ¿De qué manera se mejora la atención al cliente en su empresa?	Amabilidad	II	2	12.5
	Capacitación al colaborador	II	2	12.5
	Información al cliente	II	2	12.5
	Toda las anteriores	### ##	10	62.5
	Total	16	16	100
28. ¿Qué estrategias utiliza usted para satisfacer las necesidades del cliente?	Mejorar la calidad del producto	III	3	18.75
	Innovación del producto		0	0
	Rapidez en la atención	###	5	31.25
	Adecuar el producto	I	1	6.25
	Toda las anteriores	### II	7	43.75
	Total	16	16	100
29. ¿qué normas utiliza su empresa para mejorar la atención al cliente?	Normas ISO 9001 - 2015	II	2	12.5
	Normativa del reglamento interno	### IIII	9	56.25
	Normas legales	II	2	12.5
	Ninguna de las anteriores	III	3	18.75
	Total	16	16	100