



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
COMO FACTOR RELEVANTE EN LA PROPUESTA DE
MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES EN
EL CENTRO POBLADO SAN MARTIN DE PORRES,
DISTRITO DE SAN JOSE, PROVINCIA PACASMAYO,
2019.**

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

AUTORA

**MARTHA CECILIA ORTIZ BARRANTES
ORCID: 0000-0002-8003-9516**

ASESOR

**MGTR. PELAEZ VALDIVIESO, JOSÉ VICTOR
ORCID: 0000-0002-2186-0398**

**TRUJILLO – PERU
2019**

1. Título de la Investigación

Gestión de calidad y atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el Centro Poblado San Martín de Porres, del Distrito de San José, Provincia Pacasmayo, 2019.

2. Equipo de Trabajo

AUTORA

ORTIZ BARRANTES, MARTHA CECILIA

ORCID: 0000-0002-8003-9516

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

ASESOR

MGTR. PELAEZ VALDIVIESO, JOSÉ VICTOR

ORCID: 0000-0002-2186-0398

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

JURADO

Mgr. Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

ORCID: 0000-0003-0829-1511

Dr. Rubio Cabrera Medardo Hermógenes

ORCID: 0000-0002-3094-0218

Mgr. Rivera Prieto Héctor Ascensión

ORCID: 0000-0002-3924-3048

3. Hoja de Firma del Jurado y Asesor

Bocanegra Cruzado, Máximo Antonio

Presidente

Rubio Cabrera, Medardo Hermógenes

Miembro

Rivera Prieto, Héctor Ascención

Miembro

Pelaez Valdivieso, José Víctor

Asesor

4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria **Dedicatoria**

A ti mi Dios y mi padre, principalmente por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, por ser el pilar más importante al demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional y haber sabido direccionar mi vida, para alcanzar las metas deseadas, y convertirme en una gran persona.

Agradecimiento

A Dios por haberme permitido llegar hasta aquí, por darme salud y fuerzas para culminar esta etapa de mi vida.

A mi madre y mi hija por su motivación y el apoyo incondicional a lo largo de todo este camino.

Al asesor de tesis Mgtr. José Víctor Peláez Valdivieso, por su compromiso y aliento en cada etapa de la presente investigación, por sus conocimientos y la gran capacidad de guiar mis ideas, por el tiempo y todo el apoyo brindado.

5. Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres, Distrito San José, Provincia de Pacasmayo, 2019. Se desarrolló bajo la metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal. Para el recojo de información se escogió una muestra de 20 Mypes de una población de 33, a quienes se aplicó un cuestionario de 28 preguntas.

Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de Mypes están aplicando gestión de calidad usando la técnica de atención al cliente, priorizan el buen trato a través de la amabilidad y como herramienta la comunicación, a través de la observación miden el rendimiento de personal, el cual tiene poca iniciativa, existe contribución al aumento de ventas en sus negocios.

Palabras clave: Atención, calidad, cliente, gestión, Mypes, restaurantes.

Abstract

The objective of this research was to determine the main characteristics of customer service and quality management in micro and small businesses in the services sector, restaurants in the San Martin de Porres Town Center, San Jose District, 2019. It was developed under the Research methodology of quantitative type, descriptive level, non-experimental-transversal design. For the collection of information, a sample of 20 Mypes from a population of 33 was chosen, to which a questionnaire of 28 questions was applied, , the conclusions are: The majority of Mypes are applying quality management using the customer service technique, prioritize good treatment through kindness and as a communication tool, through observation they measure the performance of personnel, the which has little initiative, there is a contribution to the increase in sales in its businesses.

Keywords: Attention, quality, customer, management, Mypes, restaurants.

6. Contenido (Índice)

1.	Título de la Investigación	ii
2.	Equipo de Trabajo	iii
3.	Hoja de Firma del Jurado y Asesor	iv
4.	Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	v
5.	Resumen.....	vii
I.	Introducción	1
II.	Revisión de la Literatura	12
	a. Antecedentes	12
	b. Bases teóricas de la investigación.....	38
	b.1. Micro y pequeñas empresas (Mypes):.....	38
	b.2. Variable: Gestión de Calidad	41
III.	Hipótesis	50
IV.	Metodología	50
	a. Diseño de la Investigación	50
	b. Población y muestra	51
	4.1. Definición y operacionalización de variables e indicadores	52
	4.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	57
	4.3. Plan de análisis	57
	4.4. Matriz de consistencia	58
	4.5. Principios éticos:	60
V.	Resultados	62
	5.1. Resultados	62
	5.2. Análisis de resultados	68
VI.	Conclusiones.....	101
	Aspectos Complementarios	105
	Referencias Bibliográficas.....	106
	Anexos: 108	
	Anexo N° 01: Cuestionario	108
	Anexo N° 02: Gráficos	113
	Anexo N° 04: Cronograma.....	127
	Anexo N° 05: Presupuesto	128
	Anexo N° 06: Fotos.....	128

1. Índice de gráficos, tablas y cuadros

Tablas:

Tabla 1: Características de los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres Distrito San José, Provincia Pacasmayo, 2019.....61

Tabla 2: Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres, Distrito San José, Provincia Pacasmayo, 2019..62

Tabla 3: Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres, Distrito San José, Provincia Pacasmayo, 2019.63

Figuras:

Figura 1: Edad 112

Figura 2: Género..... 112

Figura 3: Grado de instrucción 113

Figura 4: Cargo que desempeña 113

Figura 5: Tiempo en el cargo..... 114

Figura 6: Años de funcionamiento 114

Figura 7: Número de trabajadores 115

Figura 8: Tipo de relación con el colaborador..... 115

Figura 9: Objetivo de creación 116

Figura 10: Conocimiento sobre gestión de calidad 116

Figura 11: Conoce las técnicas de gestión de calidad 117

Figura 12: Dificultades y/o inconvenientes 117

Figura 13: Medición del rendimiento y/o productividad..... 118

Figura 14: Mejoras en el rendimiento del negocio	118
Figura 15: Alcance de objetivos y metas de la empresa.....	119
Figura 16: Conocimiento sobre atención al cliente	119
Figura 17: Aplica la gestión de calidad en el servicio.....	120
Figura 18: La atención al cliente genera retorno al negocio.....	120
Figura 19: Uso de herramientas para un servicio de calidad.....	121
Figura 20: Factores para obtener un servicio de calidad	121
Figura 21: La eficiencia de la atención al cliente	122
Figura 22: Logros obtenidos.....	122
Figura 23: Impacto de la atención al cliente en la gestión de calidad	123
Figura 24: Relación entre atención al cliente y su satisfacción.....	123
Figura 25: Eficacia en la mejora de atención al cliente.....	124
Figura 26: Uso de estrategias para satisfacción del cliente	124
Figura 27: Ventajas que obtiene la empresa.....	125
Figura 28: Uso de normas para mejorar la atención al cliente	125

I. Introducción

Actualmente hoy en día, los pequeños y microempresarios conforman uno de los cimientos esenciales de la economía nacional. Su activación en el desarrollo del país es eminente y de contar con el sustento primordial se daría la solución a los problemas económicos y de desempleo de grandes focos poblacionales que día a día se presentan en el Perú.

Mediante de los últimos años, hemos sido testigos de la gran importancia que está recolectando las Mypes en el sector económico del país destacando el trabajo emprendedor dentro del espacio laboral, en tal sentido dado e crecimiento de mercados y su significativa presencia, éstas tienen contribución en la generación de empleo, aportación al PBI, brindan espacios de desarrollo a muchos trabajadores, participación en el desarrollo socioeconómico, reducción de nivel de pobreza, beneficios en los regímenes tributarios.

El presente trabajo de investigación está relacionado con el conocimiento de las características de la gestión de calidad y la atención al cliente de las micro y pequeñas empresas, cuyo fin fue orientar a los representantes legales para alcanzar mejoras en la gestión de sus negocios en cuanto a calidad de servicio y el impacto que éste genera en la satisfacción del cliente. En tal sentido, esto permite estudiar su caracterización de las Mypes a nivel internacional, nacional, regional y local.

Palacios. A (2018, agosto,19) manifiesta el rol que actualmente las Mypes asumen en la producción de bienes y prestación servicios en el mercado, añadiendo valor agregado, estableciendo un factor relevante en la economía de

cada país, debido que son consideradas fuentes generadoras de empleo, a pesar de las limitaciones que tienen éstas, tales como: falta de capacitación, incapacidad de gestión, escasez de recursos y capital de trabajo, insolvencia económica por falta de financiamiento en entidades financieras u otras.

Bajo este aspecto es primordial que los gobiernos tomen acciones inmediatas a fin de promocionar las Mypes e involucrarse con el sector privado, se requiere de gran capacidad gerencial para lograr introducir a los microempresarios en las actividades exportadoras y TLC, que les permita acceder a grandes oportunidades de crecimiento en términos de competitividad y calidad.

De lo ya mencionado, cabe indicar la evolución a través de los últimos años que ha generado el crecimiento de las Mypes, ello conlleva y se refleja en el sector económico de cada nación, pues es preciso mencionar que existen diversos factores que han facilitado a los microempresarios incrementar su desarrollo, por ejemplo: el hecho de buscar la formalización de acuerdo al marco legal, las buenas prácticas gerenciales, el uso y aprovechamiento de los recursos, la motivación, la búsqueda de rentabilidad a través de financiamientos según los plazos mejor acorde a sus necesidades, la demanda del mercado, entre otros.

Bajo esta premisa, conceptualizo que hoy en día las Mypes, juegan un rol fundamental en el sector económico y financiero, dado que depende de su rendimiento comercial y de prestación de servicios en el mercado (diversificación de rubros y sectores), ello ha generado impacto en la inversión realizada por los emprendedores, por tal razón esto se ha convertido en un

desafío estructural teniendo como base una de las variables en estudio: Gestión de calidad y Atención al cliente, lo que permitirá diseñar y ejecutar políticas efectivas para elevar la productividad y por ende la rentabilidad.

Las microempresas surgieron como un fenómeno socioeconómico que buscaban responder a muchas de las necesidades insatisfechas de los sectores más pobres de la población. En este sentido se constituyeron en una alternativa frente al desempleo, a los bajos recursos económicos, a falta de oportunidades de desarrollo personal. Pero, a pesar de estas bondades, el sector aún no ha logrado alcanzar su máxima potencialidad, debido a una serie de factores, tales como la falta de apoyo financiero y la poca relevancia real que le dieron a los gobiernos de turno en sus agendas de trabajo.

La legislación peruana define a las Micro y pequeña empresa como “la unidad económica operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en legislación vigente, con la finalidad de desarrollar actividades de comercialización de bienes, prestación de servicios, extracción, transformación y producción sea industrial o artesanal de bienes.

Asimismo, distingue a la microempresa como aquella que no excede de 10 personas, y a la pequeña empresa como la que tiene 11 a 40 personas, permitiendo que otros sectores y organismos del estado adopten criterios adicionales para los fines a los que hubiere el lugar.

El Centro Poblado San Martín de Porres del Distrito de San José, es una ciudad que está creciendo y está conformado por muchas micros y pequeñas empresas, es por eso que la Cámara de Comercio y producción de la

ciudad de San José ha empezado a establecer mecanismos adecuados de coordinación, ejecución y supervisión de las políticas dictadas por el sector en concordancia con la política del estado con los planes sectoriales, para apoyar a las micro y pequeñas empresas mediante gestión de calidad, de esta manera las micro y pequeñas empresas van a brindar trabajo a los pobladores que hay a su alrededor. Por lo tanto, van a satisfacer las necesidades de los usuarios y al público en general.

En lo que respecta al Sector Servicio Rubro Restaurante del Distrito de San José, Provincia de Pacasmayo en donde he llevado a cabo la investigación, no existe aún lineamientos exactos y precisos con respecto a una exitosa implementación de estrategias de calidad que permitan incrementar el nivel de calidad de las Micro y pequeña empresa.

Mientras que visto desde otro punto de vista, ***John M. Ivancevich, Peter Lorenzi, Steven J. Skinner*** especialistas en Administración de Calidad Total y Management en Negocios Internacionales consideran a través de sus estudios que, para realizar y poner en marcha la implementación de sistemas de gestión de calidad es necesario seguir un procedimiento minucioso, donde en cada etapa se especifique las necesidades de mejorar procesos, productos, servicios, atención al cliente, entre otros a considerar para alcanzar niveles de calidad, y una eficaz gestión. Este proceso demanda de la siguiente secuencia de pasos para crear sistemas de gestión de calidad y lograr ventajas competitivas frente a la competencia.

- **Reconocimiento de la necesidad de gestión:** Hace referencia que deberá existir la necesidad de la búsqueda de mejora durante

la operatividad de las actividades ejecutadas en el interior de la empresa.

- **Orientación estratégica:** Las decisiones que sean tomadas para la implementación, búsqueda de mejoras y cambios productivos deben estar orientadas al logro de metas y objetivos que se encuentran plasmados en la filosofía de la entidad.
- **Motivación y liderazgo:** El liderazgo implica la dirección que deberá orientar la necesidad de mejora y de qué manera el compromiso de la parte directiva permite a los demás integrantes de la organización encaminar hacia el logro de la calidad, lo que permitirá crear estrategias de generación de valor, optimizar procesos y promover la competitividad para responder a las necesidades del mercado.
- **Compromiso e involucramiento:** Afirma que una vez, que se hayan determinado las necesidades, y estos estén orientados hacia el logro de cumplimiento de metas, haya el direccionamiento correcto para su alcance existirá el compromiso e involucramiento total por parte de todos aquellos miembros que estén inmersos en los procesos de mejora de calidad.

Así mismo, Ivancevich afirma que la Calidad está íntimamente ligada con la planificación y organización de las actividades fundamentales que se dan en la organización; por ello recalca que todo movimiento u operación debe rendir altos estándares que sumen esfuerzos de todas las partes que

integran; cumpliendo con las normativas estandarizadas que generen un sistema de calidad que asegure la supervivencia en el mercado.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018) en el Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del 95% están en el régimen Mype. De acuerdo con el reporte anual Doing Business del Banco Mundial (2019), el Perú ocupó el puesto 51 de 190 economías en el pilar protección de los inversionistas minoritarios. Es importante reconocer la importancia de la micro y pequeña empresa para la dinámica económica del Perú, dada su alta tasa de concentración y alto grado de correlación con el emprendimiento. Por ese motivo es fundamental que las Mypes sigan estas reglas de oro para lograr generar ventajas competitivas sostenibles: Inventar soluciones increíbles, extender el servicio o producto, enfocar en el cliente, emplear plataformas digitales, comunicación constante con los clientes, innovar rápido y barato y planificación.

Palacios. A (2018, agosto,19) manifiesta que existen casi 6 millones de Mypes a nivel nacional, 93.9% microempresas (1 a 10 trabajadores) y solo 0.2% pequeñas (de 1 a 100 trabajadores), el resto 5.9% son medianas y grandes empresas. Las Mypes mayormente surgen por necesidades insatisfechas de sectores pobres, por desempleo, bajos recursos económicos, trabas burocráticas, dificultades para obtener créditos, entre otros. (párr.01)

De lo expresado por el autor se deduce el impulso actual que las Mypes tienen en nuestro país Perú y cómo estas se muestran como una puerta de acceso a una mejor posición tanto individual como colectiva, siendo importante destacar que cuando una mype está formalizada de acuerdo a ley, el

trabajador obtendrá mejoras productivas en su empleo cuyo efecto genera estabilidad y beneficios, de tal modo que la sociedad se favorecerá a través de las contribuciones fiscales y por ende aumento de la productividad, volviéndose los países cada vez más prósperos y competitivos, destacando finalmente que las Mypes son consideradas en los últimos tiempos la base del desarrollo, pues su existencia es fundamental para la economía y bienestar de la población.

Puro Marketing (2014, abril, 01) manifiesta: “Las Mypes son conscientes de la importancia de procurar una experiencia satisfactoria a sus clientes. Es una forma efectiva de diferenciarse de su competencia, acercarse a su público objetivo y fomentar una relación estable y duradera. Una necesidad imperante en el caso de las pequeñas organizaciones”. (párr.03)

Del mismo modo, se muestra los estudios realizados por Cargo y Toluna: “El 47.3% de las pequeñas y medianas empresas considera que ofrecer una mala atención al cliente es el error más común; su talón de Aquiles, que además figura como el principal motivo que les ha llevado a cambiar de empresa a la hora de hacer negocios en favor de otras de la competencia (17,3%). Mientras que un 14% hizo lo propio a partir de una mala experiencia”. (párr.04)

En tal sentido, de lo expuesto, se precisa que dado los constantes cambios en el entorno empresarial, y a las nuevas tendencias y exigencias por parte de los clientes y/o usuarios, las Mypes están augurando nuevas estrategias, en las cuales la calidad, atención al cliente sean los pilares rectores de su propio éxito y esto les permita generar ventaja competitiva en el mercado, por ende posicionamiento a través de los años respecto a la actividad en

funcionamiento, lo que implica prevalecer una propuesta de mejora a lo largo de su ejercicio.

Por todo lo expuesto, el enunciado del problema de investigación es el siguiente:

¿Cuáles son las propuestas de mejora de la gestión de calidad de las Micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Restaurante en el Centro Poblado San Martin de Porres del Distrito de San José 2019?

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general

Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres del Distrito de San José 2019.

Para poder conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos

1.- Determinar las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres, Distrito de San José, Provincia Pacasmayo, 2019.

2.- Determinar las principales características de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres del Distrito de San José, Provincia Pacasmayo, 2019.

3.- 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 restaurantes del Centro San Martin de Porres del Distrito de San José 2019

3.- Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el Centro Poblado San Martin de Porres, Distrito de San José, Provincia Pacasmayo,2019.

La investigación se justifica porque la realización del presente estudio permitió:

Se justifica porque conoceremos el nivel descriptivo las características de los gerentes y/o representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres, Distrito de San José, Provincia Pacasmayo,2019.

Por otro lado, se justifica porque nos permitirá conocer las distintas características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres, Distrito de San José, Provincia Pacasmayo,2019.

Se justifica porque permitirá determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes del Centro Poblado Martin de Porres, Distrito de San José; Provincia Pacasmayo, 2019 lo que permitirá ayudar a las Mypes a mejorar la gestión administrativa y por consiguiente lograr la fidelización de sus clientes y alcanzar niveles de competitividad en el mercado.

También se justifica porque permitió la elaboración de una propuesta de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y

pequeñas empresas del rubro restaurantes en el Centro Poblado San Martin de Porres.

Finalmente, considero que este estudio es la ocasión de entender cómo funcionan las microempresas y cómo utilizan estrategias para mejorar la Gestión de Calidad y su nivel competitivo frente a la operatividad en el mercado y respuesta a la tendencia global económica del país.

La presente investigación se utilizó la siguiente metodología: Tipo de investigación cuantitativa, nivel descriptivo, diseño trasversal- no experimental, descriptivo. Se utilizó como instrumento para la recolección de información el cuestionario a través de la técnica de la encuesta. La población estuvo conformada por 33 restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres, información otorgada por un estudio censal, en cuanto a la muestra estuvo dirigida a 20 Mypes las cuales formaron parte de esta investigación, dicho criterio de selección estuvo en función de la voluntad y predisposición por parte de los representantes legales de las Mypes para facilitar y proporcionar información (muestreo por conveniencia).

Por otro lado, los resultados obtenidos de la investigación realizada fueron los siguientes: El 40.0% de las Mypes permanecen de 4 a 6 años en el mercado. El 95.0% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 90.0% de personas que trabajan en su empresa son familiares. El 80.0% de las Mypes son creadas para generar ganancias. El 65.0% conocen el término gestión de calidad, al mismo tiempo el 75% poseen conocimiento de la atención al cliente como técnica de gestión de calidad, el 60.0% tienen dificultad de los trabajadores, éstos tienen poca iniciativa para la implementación de gestión de calidad, el 90.0% miden

el rendimiento del personal a través de la observación, el 100.0% sí contribuyen a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad, del mismo modo el 100.0% sí consideran que la gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa. En cuanto a la atención al cliente el 85.0% tienen conocimiento del término, el 60.0% aplican la gestión de calidad al servicio brindado, el 55.0% utilizan la comunicación como herramienta para mejorar la atención al cliente, el 100.0% consideran que una buena atención permite que el cliente regrese al establecimiento, el 45.0 % a través de la amabilidad han logrado mejorar la atención al cliente, mejorando la calidad del producto y/o servicio representado por el 45.0%, obteniéndose como ventaja la rentabilidad (55.0%), y por último el 55.0% utilizan como norma para mejoras en la atención al cliente a través de la ley de protección al consumidor. Se concluye: La mayoría de Mypes están aplicando gestión de calidad usando la técnica de atención al cliente, priorizan el buen trato a través de la amabilidad y como herramienta la comunicación, a través de la observación miden el rendimiento de personal, el cual tiene poca iniciativa, existe contribución al aumento de ventas en sus negocios.

La presente investigación cuenta con 06 partes fundamentales de su estructura: I. Introducción; II. Revisión de literatura; III. Hipótesis; IV. Metodología; V. Resultados; VI. Conclusiones.

II. Revisión de la Literatura

a. Antecedentes

Mendoza G (2015). *En su tesis “El servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa”*, para optar el título de administradora de empresas en el grado académico de licenciada, Universidad Rafael Landívar-Jutiapa-Guatemala. La autora consideró como principal objetivo en su investigación: Determinar cómo brindan el servicio al cliente los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa. La investigación fue de tipo descriptivo y como instrumentos para la recolección de la información se procedió al diseño y estructuración de 3 cuestionarios, uno dirigido a 13 propietarios y 4 administradores, otro dirigido a 49 colaboradores y el último a 185 clientes. Consecutivamente se realizó la recogida de información se analizó y tabuló, obteniéndose los siguientes resultados:

Con respecto a datos generales de los propietarios y/o administradores (Universo:13 propietarios y 4 administradores): 13 de los propietarios y/o administradores son de género masculino, la edad de 14 propietarios y/o administradores está comprendida en el rango de 36 a 55 años, de acuerdo a qué motivó a establecer su restaurante :13 de los propietarios y/o administradores respondieron que es una forma de subsistencia; 03 indicaron que

fue por tradición familiar y 01 manifestó que por ofrecimiento de los dueños anteriores, en referencia al tiempo que tiene de estar funcionando el restaurante: 13 propietarios y/o administradores indicaron que el restaurante funciona desde hace más de 5 años, siendo el más antiguo; 02 expresaron que tienen menos de un año; 01 manifestó que entre uno a dos años; y el último tiene de tres a cuatro años en funciones, respecto a si cuenta el restaurante con local propio: 15 indicaron que cuentan con local propio, en cuanto a qué aspectos le gustaría aplicar en el restaurante: 06 de los propietarios y/o administradores manifestaron que les gustaría mejorar las instalaciones, porque así el restaurante tendría mayor afluencia de clientes.

En lo concerniente a cuántas personas laboran actualmente en el restaurante: 16 de los propietarios y/o administradores indicaron que de 01 a 05 personas laboran actualmente en el restaurante, en referencia a quién administra o dirige el restaurante: 13 de los propietarios manifestaron que ellos son quienes administran el restaurante; 04 restaurantes son dirigidos por un administrador, con respecto al grado de escolaridad que tiene la persona que administra el restaurante: Los propietarios y/o administradores respondieron que los grados de escolaridad de la persona que administra el restaurante son: 07 de nivel diversificado; 05 de nivel universitario; 05 de nivel básico, en lo que concierne a los tipos de clientes cuáles son los que más frecuentan su restaurante: 06

propietarios y/o administradores respondieron que la mayoría de sus clientes son de tipo afirmativo; 02 de tipo déspota; 04 de tipo racional; 02 de tipo positivo y los restantes 03 de tipo irracional, en cuanto a gustos de los clientes que frecuentan el restaurante: Los 17 propietarios y/o administradores indicaron los gustos de los clientes, son: la buena atención, el buen sabor de la comida y el servicio rápido.

Con respecto a las preferencias de los clientes que frecuentan el restaurante: Los 17 propietarios y/o administradores aseguran que las preferencias de los clientes, son: precios accesibles, ambiente del restaurante, cómodo, agradable y seguro.

Datos generales del colaborador (Muestra: 49 colaboradores): 28 de los colaboradores son de género femenino y 21 de género masculino, La edad de 22 colaboradores está comprendida en el rango de 27 a 35 años, el grado de escolaridad de 23 colaboradores es de nivel primario; 14 de nivel diversificado y 12 de nivel básico, con respecto a los tipos de clientes 19 colaboradores indicaron que el tipo de clientes que más frecuenta el restaurante es el afirmativo; 17 indicaron que es el tipo racional; 5 de tipo déspota; 04 de tipo irracional; y 04 de tipo positivo. Con respecto a qué medidas toma cuando llega un cliente difícil: Los 49 colaboradores coincidieron en que las medidas que toman cuando llega un cliente difícil es mantener la calma, evitar discutir con el cliente y tratar de complacerle en todo para que vuelva al restaurante.

En lo que concierne cuáles considera que son los gustos de clientes que frecuentan el restaurante: Los 49 colaboradores aseguran los gustos de los clientes son: sabor de la comida y un ambiente agradable, en cuanto a las preferencias de los clientes que frecuentan: Los 49 colaboradores indicaron que las preferencias de los clientes son la buena atención, el servicio rápido y los precios cómodos, referente si el servicio actual satisface las preferencias de los clientes: Los 49 colaboradores consideran que el servicio actual no cubre totalmente los deseos de los clientes, pues hacen su mayor esfuerzo por brindar una buena atención y servicio rápido para complacer a los clientes.

Con respecto a si el local en que el restaurante presta el servicio llena los requisitos de amplitud, comodidad e higiene necesarios para brindar un servicio de calidad: 38 colaboradores manifestaron que el local en el que el restaurante presta el servicio, debe mejorar, pues consideran que algunos de los restaurantes necesitan ampliar sus instalaciones, o no tienen una decoración atractiva para los clientes. 11 respondieron que llenan 72 los requisitos de amplitud, comodidad e higiene.

Datos generales de los clientes (Universo: 185 clientes):Respecto a la frecuencia de visita del cliente hacia el restaurante: 100 clientes entrevistados indicaron que visitan el restaurante una vez al mes; 38 mencionaron que lo visitan algunas veces; 26 clientes lo visitan una vez por semana; mientras que 21 respondieron que lo hacen

cada tres meses, con respecto a cuáles son sus gustos respecto al servicio que presta este restaurante: A 114 clientes respecto al servicio que presta el restaurante le gusta la higiene de las instalaciones y de la comida; porque su salud está en juego; 53 de los clientes la comodidad de las instalaciones pues les permite salir de la rutina; así mismo 18 clientes expresaron que es la seguridad, ya que regularmente visitan el restaurante en compañía de su familia.

Referente al servicio recibido si satisface sus gustos: 79 clientes aseguran que nunca, pues es común encontrar las mesas sucias cuando llegan al restaurante; 66 manifestaron que el servicio satisface sus gustos algunas veces por la buena higiene en la comida y las instalaciones, las instalaciones son reducidas. Los restantes 40 coincidieron que el servicio recibido en los restaurantes siempre satisface sus gustos porque la comida es higiénica y las instalaciones son seguras, en cuanto a los elementos de calidad que percibe en el servicio que ofrece éste restaurante: 94 clientes coincidieron en que el elemento de calidad que perciben en el servicio son los aspectos tangibles argumentando que a pesar del espacio reducido de las instalaciones, el mobiliario y equipo está en buenas condiciones y el personal cuenta con uniforme; 47 refirieron la empatía, pues indican que el personal comprende sus necesidades e intereses; mientras los restantes 44 clientes consideran que es la confiabilidad pues aseguran que reciben el

servicio prometido sin retrasos ni errores., en referencia a si el personal demuestra respeto y educación al momento de brindarle el servicio: 12 clientes argumentaron que algunas veces demuestran respeto y educación, pues es común que los colaboradores atiendan de mala gana; 40 clientes indicaron que siempre les demuestran respeto y educación; y los otros 33 clientes manifestaron que nunca les demuestran respeto ni educación, pues se dirigen a ellos de mala gana.

Con respecto a sí está satisfecho con el servicio que recibe a cambio del precio que paga: Los 118 clientes exteriorizaron que están insatisfechos con el servicio que reciben a cambio del precio que pagan, argumentando que no se les atiende de una manera amable, el retraso en el servicio. Los 67 clientes restantes manifestaron que están satisfechos, pues la comida es buena y los precios accesibles.

Finalmente, se identificó que los clientes del restaurante no se encuentran satisfechos totalmente con la prestación del servicio, debido que el valor de venta que pagan no es acorde con lo ofrecido, así mismo considera que existe una mala atención y retrasos, por lo tanto, se concluye y se recomendó la práctica de una propuesta de capacitación a fin de obtener mejoras en la atención al cliente, pues dado que son los administradores y su personal quienes deberán implementar estrategias para mejorar el servicio brindado y obtener clientes satisfechos.

Villalba S (2016). En su tesis: “*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y sugerencias de mejora*”, para la obtención del título de Ingeniería en Gestión Hotelera, Universidad Católica del Ecuador Facultad de Ciencias Humanas. El proyecto de investigación tuvo como objetivo general: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. Se ha realizado una investigación de tipo descriptiva, como instrumento de investigación se realizó el cuestionario y la técnica de la encuesta.

Para dicha evaluación se tomó una muestra representativa de la población de clientes, a quienes se les aplicó la encuesta, con la finalidad de conocer sus expectativas y experiencias. El número total de encuestas realizadas es de 341, este total se lo dividió para los tres restaurantes con un promedio de 114 para cada uno, parte de estas fueron ejecutadas vía internet, puesto que la ayuda de herramientas como las redes sociales fue necesario para conocer varios puntos de vista, y otras se realizaron físicamente en los restaurantes.

Producto de ello se obtuvo los siguientes resultados: Del 54% de los clientes encuestados el género que más prevalece es el masculino, mientras que el 46% de género femenino, así mismo de

las personas encuestadas que visitan este restaurante están entre los 18-25 años el mayor porcentaje de visitantes, seguidos por personas entre 26-30 años de edad, y finalmente entre 31-35 años. El 38% que representa 114 encuestados, está totalmente de acuerdo en que el personal fue amable y respetuoso en la prestación del servicio, así mismo el 33% de las personas encuestadas, están totalmente de acuerdo en que el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado. El 40% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo en cuanto a si los alimentos ofrecidos fueron del agrado de ellos, con respecto a si el servicio en general fue satisfactorio para los encuestados el 55% está de acuerdo y el 26% indeciso.

Con respecto a la frecuencia con la que visitan el restaurante, el 41% frecuenta el establecimiento rara vez, del mismo se observa el 97% si recomendaría este restaurante mientras que el 3% no lo aconsejaría. Con respecto a la limpieza del local, los resultados son que el 61% del total de personas encuestadas está totalmente de acuerdo. Con respecto a esta variable se refleja lo satisfactorio que fue para el cliente el servicio en general del restaurante, el 51% está de acuerdo.

Con los resultados obtenidos, se concluye que dado el uso del sistema de medición de calidad empleado en este rubro, se pudo constatar que este se ajusta y es congruente con los resultados que se obtuvieron, sin embargo, fue necesario adicionar otras escalas de medición, como por ejemplo la medición del tiempo entre el

cual el cliente acude al establecimiento y el tiempo de recibo de su orden solicitada, que repercute en la percepción del servicio otorgado, cuyo fin es alcanzar mayores estándares de calidad de servicio y atención al cliente para ganar ventaja competitiva, fidelización de clientes y posicionamiento en el mercado.

Gutiérrez G (2018). En su tesis: "*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*", para la obtención del Grado Académico de: Magíster en Administración de Empresas-Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. El objetivo principal de esta investigación fue: Determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil.

La metodología de la investigación utilizada fue un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se ha realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's.

El tamaño de la muestra: Se pudo conocer que, en promedio asisten aproximadamente 7,280 clientes por los tres últimos meses en el restaurante Rachy's. Por tal motivo este número fue tomado como referencia en la determinación de la población sobre la cual se estableció el muestreo. Como resultados se obtuvo: El 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante, así mismo el 67%

muestran su conformidad que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva, el 49% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra, mientras el 70% están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa.

Del mismo modo, se muestra que el 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero, el 48% no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez, mientras que el 41% muestran desacuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido, también se puede observar el 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante son amables, con respecto a que si el restaurante comprende las necesidades alimenticias del cliente se muestra un 36%, del mismo modo el 79% de los clientes se encuentran ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del restaurante., en referencia si los clientes se encuentran en una posición intermedia con respecto a sus sentimientos hacia el servicio que presta actualmente el restaurante arroja un 88% y finalmente en lo que refiere si el servicio prestado cumplió con sus expectativas muestra el 51%.

Para concluir, como se pudo evidenciar existe una insatisfacción con las dimensiones: respuesta inmediata, empatía, calidad de servicio y satisfacción al cliente, falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez identificados los hallazgos principales, se propuso programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa para ser proyectados al público (clientes externos).

Vela, M (2018) En su tesis: “*Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las Mypes del sector servicios, rubro restaurant, Distrito de Calleria*”, para optar el título profesional de licenciada en administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Pucallpa. Consideró como objetivo principal de la investigación: Determinar la Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las Mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, distrito de Calleria. La metodología de investigación utilizada fue del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptivo y Correlacional. Se aplicó un cuestionario estructurado de 19 preguntas con la técnica de encuesta, aplicado a una muestra de 17 Mypes de este sector y rubro. Teniendo como resultados:

El microempresario del rubro restaurant del distrito de Callería, se caracteriza por encontrarse en su mayoría (47,1%), en el rango de 29 a 39 años, sin embargo. el rubro tiene apertura a todas las edades

indistintamente. Asimismo, indistintamente pueden participar emprendedores del sexo masculino (70,6%) y del sexo femenino (29.41%). Respecto al nivel de instrucción, de la misma manera destaca nivel de instrucción: “técnica” 52,9%, “universitaria” 35.28% y “sin estudios concluidos” 11.76%; evidenciando que existe apertura también en este sentido.

En cuanto al tiempo de presencia de la empresa en el mercado, se muestra 82.4% (08 Mypes) con una antigüedad de 04 a 06 años, en cuanto a la cantidad de colaboradores que tiene la empresa el 58.8% (08 Mypes) tiene de 05 a 08 más trabajadores.

Referente al compromiso de la gerencia con la calidad se muestra con un 70.6% existe interés en poner en marcha la práctica de mejora continua en sus servicios brindados, a pesar que existe desconocimiento de monitoreo de la gestión de calidad en la atención al cliente.

El 82% de las Mypes se encuentran involucradas en las necesidades y preferencias de sus clientes, proyectándose a futuro en alcanzar mayores niveles de productividad., el 70.6% muestra que la gerencia de las Mypes en este sector propicia y lidera un plan de atención al cliente y está al nivel de sus fuertes competidores, en lo referente a la inversión en tecnología se detalla el 41.2%, generando grandes beneficios a sus clientes en la atención, por ejemplo: agilizar pagos, pedidos y reducción en tiempos de espera, el 35.3% de las Mypes de este rubro no ejecutan la medición de

niveles de satisfacción de sus clientes, mientras el 17.7% ya tienen implementado un procedimiento en el que se realizan y aceptan sugerencias y reclamos, así mismo se observa un comportamiento en el que se indica que el 70.6% de los restaurantes en lo que confiere a capacitación del personal ya está implementado buscando mejorar la atención al cliente (contacto directo). Por último, se llegó a concluir que las Mypes en este sector requieren de estrategias del servicio al cliente como un medio eficaz para distinguirse de la competencia y poder garantizar la supervivencia en el mercado.

Ñahuirima T (2015). En su tesis: “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del Distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015*”, para obtener Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas-Universidad Nacional José María Arguedas- Andahuaylas-Región Apurímac. Este estudio estuvo dirigido fundamentalmente a medir la relación entre la calidad de servicio con la satisfacción del cliente por las Mypes que operan bajo este rubro, así mismo la investigación se concibió bajo el enfoque cuantitativo, diseño no experimental, como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario y la técnica es la encuesta para evaluar las siguientes variables: calidad de servicio y satisfacción al cliente. Dicha encuesta fue aplicada en las diversas pollerías del distrito de Andahuaylas a 348 clientes entre varones y

mujeres que constituyen la muestra del estudio en mención. De los resultados obtenidos:

De la muestra obtenida a 348 clientes encuestados, 184 clientes son de género masculino, lo que representa el 52.87 %, el 37.36 % representa las edades de clientes más frecuentes a dichos establecimientos entre las edades de 36 a 45 años, el 37.64% de clientes considera estar algunas veces conforme con la capacidad de respuesta del servicio y satisfacción del cliente; el 45.11% de clientes considera estar algunas veces conforme con la empatía del servicio y satisfacción del cliente.

El 44.83% de los clientes consideran estar conforme casi siempre con la calidad de servicio; en referencia al resultado para la satisfacción del cliente se encuentra “Cuestionable”.

En conclusión, se demostró que del estudio de mercado realizado proyecta la factibilidad de una gran demanda de mejora de servicio al cliente, por consiguiente, requiere de capacitación al equipo de trabajo para brindar una buena atención, poner énfasis en la empatía del servicio, procurar tener un trato personalizado, así mismo es fundamental realizar mejoras en atractivos del local, a fin de garantizar una experiencia cómoda y que muestre resultados satisfactorios en los usuarios y/o clientes.

Sandoval F (2015). En su tesis: “*El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro, 2015*”, para optar el grado académico de

maestra en ciencias gastronómicas- Universidad San Martín de Porres-Lima. La presente investigación tuvo como objetivo: Determinar la relación de un sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el Restaurant El Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro en el 2015. La investigación fue de carácter cualitativo, describe al personal del Restaurant El Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro. El tipo de investigación es correlacional, porque relaciona las dos variables en un solo momento, diseño no experimental, transversal. La población estuvo conformada por los 116 trabajadores del restaurante. Para la selección de la muestra se aplicó el muestreo probabilístico, diseño aleatorio. Lo que dio como resultado una muestra de 89 trabajadores y comensales. Se usó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, para la recolección de la información.

Se obtuvo los siguientes resultados: De la tabulación de datos en la figura N°8 del proyecto de investigación, se observa que los empleados consideran que en el Restaurant El Gourmet Urbano el sistema de gestión de la calidad no tiene una adecuada planificación de calidad 94% (68), control de la calidad 75% (54), mejora de la calidad 89% (64). Los resultados dejan en evidencia que existe una alta tendencia a la ausencia de un sistema de gestión de la calidad en los empleados de la Restaurant El Gourmet Urbano, a pesar de tener personal calificado en las distintas áreas

operativas y administrativas. Esto nos permite inferir que la dirección del restaurant está apartada del concepto de elaborar un sistema de gestión de calidad.

Del mismo modo, en la Figura N°9 se puede notar que los clientes o comensales del restaurant mencionan que éste presenta una atención al cliente deficiente ya que la disconformidad se encuentra en un nivel alto en cada una de sus dimensiones: nivel alto de devolución del servicio 83% (63), nivel alto de insatisfacción del cliente 81% (58) y alta rotación del cliente 94% (68). Esta es una respuesta a la falta de un sistema de gestión de calidad, que permita tener procesos claros y evaluables, en todas las áreas involucradas en la atención del cliente.

En la tabla N° 3, se puede apreciar la relación del sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente. Al determinar la correlación entre las variables mediante el coeficiente de correlación r de Spearman se encontró que existe una correlación inversa ($r=-0.425$) entre las dos variables propuestas, siendo una relación estadísticamente significativa ($p=0.000$). La correlación inversa evidencia que a una falta de sistema de gestión de la calidad se da un nivel de atención al cliente malo, a un adecuado sistema de gestión de la calidad se da un nivel de atención al cliente malo.

Conclusiones: Mediante el estudio se afirma que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant El Gourmet Urbano en el

distrito de San Isidro. El estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes.

Además, quedó en evidencia que el Restaurante El Gourmet Urbano debe elaborar procesos, manuales, diseño de procedimientos de calidad hacia la gastronomía permanente mediante el sistema de gestión de la calidad promoviendo así mejorar el nivel de laboral de gastronomía y todos los empleados por ende esto se traducirá en la mejora de la atención a la cliente brindada. También, fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes, compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio.

Coronel C (2016). En su tesis: *“Calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza Lima; 2016”*, para obtener título profesional de Licenciado en Administración-Universidad Señor de Sipán-Pimentel. La presente investigación tiene como objetivo: Determinar la calidad del servicio y el grado de satisfacción del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega plaza-Lima 2016. El tipo de investigación que se utilizó para este proyecto de investigación es de tipo descriptiva – correlacional.

En cuanto a los métodos y procedimientos de la recolección de datos, se utilizó la encuesta al cliente. Además, se elaboraron fichas

bibliográficas de resumen y comentarios textuales que ayudaron a contribuir el marco teórico de la investigación.

Concluida la tabulación de datos realizada a la muestra de 356 comensales, se llegaron a los siguientes resultados: Se muestra que el 40.70% de los encuestados están un poco satisfechos con el servicio recibido, siendo este el porcentaje más alto; además se muestra que el 39,0% de los encuestados están un poco insatisfechos con el trato que reciben del personal del restaurant, en cuanto a los productos que se vende en el restaurant Pizza Hut se muestra que el 36,5% de los encuestados están un poco de acuerdo, así mismo el 46.6% no recomendarían el consumir los productos en Pizza Hut, igualmente se observa que el grado de satisfacción para el 38,8% es normal, siendo este el porcentaje más alto, se verificó que 40,7% están satisfechos pues el restaurant tiene un menú variado; del mismo modo que el 41,6% están satisfechos pues el restaurant cuenta con camareros amables y respetuosos , en lo que respecta a limpieza en el interior del restaurant el 42.1% se encuentra satisfecho, mientras que lo referido al precio se observa el 52,0% están un poco de acuerdo con los precio del restaurant y finalmente el 65.70% de los clientes están un poco de acuerdo con la calidad del restaurant .

Se concluye, que existe relación significativa entre calidad de servicio y grado de satisfacción del cliente en el restaurant Pizza Hut, tomándose como medidas y plan de acción la adquisición de

la acreditación de calidad ISO 9001, para implementar las mejoras necesarias en el servicio de atención al cliente, sugiriéndose realizar estudios de satisfacción al cliente de manera periódica, a lo menos dos veces al mes por el lapso de un año, a fin de generar mayor impacto en el mercado bajo este rubro de servicios.

Antúnez (2017). En su tesis “*Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016*”, para obtener el título profesional de licenciada en Administración- Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Huarney. La autora presentó como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental – descriptivo – transversal. Para el recojo de información se escogió una muestra dirigida de 22 Mypes de una población de 26, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados:

El 59,1% aplica gestión de calidad. El 40,9% utiliza la mejora continua como técnica de gestión. El 50% planifica sus actividades. El 36,4 % considera el buen trato como prioridad ante sus clientes y el 59.1% cree que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y el 54,5 % no capacita a sus colaboradores en atención al cliente. Finalmente, las 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 servicio-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 instrucción superior.

Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas

La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores.

Respecto a las principales características de la gestión de 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 los Micro empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los 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 ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Santos K (2017). En su tesis “*Calidad de servicio del personal y su influencia en la satisfacción de los clientes en el Restaurante El Madero Distrito La Victoria Chiclayo 2017*”, para obtener el título profesional de licenciado en Administración- Universidad César Vallejo-Chiclayo. El autor presentó como objetivo general: Analizar la influencia entre la calidad de servicio del personal y la satisfacción de los clientes en el Restaurante “El Madero” Distrito la Victoria, Chiclayo 2017, la investigación es de tipo descriptivo y presenta un diseño correlacional, la muestra de los sujetos de estudio corresponde a 201 clientes, quienes fueron encuestados en un único momento.

A su vez teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la investigación se halló que del 100% de encuestados el 55.7% considera que la calidad de servicio en el Restaurant el Madero, es buena y el 27.4%, manifestaron que la calidad de servicio es excelente. Por otra parte, un 16.9% manifiesta que el servicio es regular, en tanto que los administradores del negocio deben revertir este porcentaje en valor aceptable como buena calidad de servicio, mejorando sus procesos y capacitando al personal encargado de atender a los clientes.

En los hallazgos encontrados respecto a la satisfacción del cliente en el Restaurant El Madero, se obtuvo un 10.45% de clientes respondieron estar poco satisfechos, si bien es cierto el valor es relativamente bajo, sin embargo, es importante para el análisis cuando se tienen que estudiar la calidad de servicio, en la línea gastronómica.

En tanto habiéndose realizado el análisis de la correlación entre las variables Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en el Restaurant El Madero, se observó que existe correlación entre las variables analizadas, a través de la prueba estadística es de 0.577, lo que significa que la relación es moderada; recomendándose mejorar la calidad del servicio, enfocándose en establecer un plan de capacitación para sus colaboradores, diseñar un plan de reconocimiento para los clientes fidelizados, promover entre sus colaboradores el trabajo en equipo y cultura propia de la empresa.

Sernaque J (2017). En su tesis: *“La gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016”*, para obtener el título profesional de licenciado en Administración-Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

La investigación tuvo como objetivo general: El determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del casco urbano de Chimbote, 2016.

La investigación se ha desarrollado utilizando la investigación del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal, luego de una investigación se encontró una población de 149 unidades económicas, la muestra estuvo representada por 27 microempresas, a las cuales se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, de los cuales se obtuvo los siguientes resultados:

Respecto a los microempresarios:

El 51.9% de los encuestados se encuentran entre edades de 31 a 50 años, el género que más prevalece en los representantes de Mypes prevalece el femenino (51.9%) y el grado de instrucción con alto porcentaje que sobresale son los estudios superiores universitarios (51.9%). El 40.8% de los encuestados tiene el cargo de administrador de la empresa y el 48.2% de los encuestados tiene de 6 a más años en el cargo.

Respecto a las Micro y pequeñas empresas:

El 59.26% de los restaurantes tiene de 1 a 5 trabajadores en el negocio y el 59.26% de los restaurantes fueron creados con la finalidad de crear ganancias, en referencia a los años del restaurante en la actividad se observa el 59.3% (De 06 años a más) y finalmente en referencia a la relación de los trabajadores con el dueño del restaurante el 44.5% están representados por ni familiares ni amigos.

Respecto a gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total:

El 88.9% de las Mypes establecen logros, criterios y estrategias, las cuales serán parte del servicio a brindar, el 92.6% de los encuestados realizan un seguimiento detallado de los problemas que se podrían dar en el proceso de preparación de alimentos, así mismo el 88.9% de las Mypes encuestadas analizan las posibles causas que generan problemas en el proceso de preparación de alimentos, el 100% de las Mypes planifican soluciones a los problemas en el proceso de preparación de alimentos así como implementa los cambios en la empresa para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos (100%), así como se ha establecido un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de alimentos representado con un 92.6%, concerniente a si se ha registrado el nombre de sus establecimiento en INDECOPI se representa por un 62.9%.

Con respecto a los aspectos de la calidad de los insumos que consideran más importantes: poseen un buen sistema de almacenamiento de insumos, poseen un sistema de manejo de inventarios, seleccionan productos frescos constituido por un 59.3%, el 96.3% de las Mypes observan constantemente cómo operan y si se están alcanzando los objetivos en el proceso de preparación de alimentos, en lo concerniente a si se proporciona a los clientes información acerca del proceso de preparación de alimentos indicado en un 63.0% y finalmente en cuanto a los aspectos de mejora continua en las que se centra el restaurante el

74% consideran: poseer planes de formación a los empleados, poseer una amplia cartera de proveedores certificados de insumos, controlar y retroalimentar durante el proceso de elaboración de alimentos, permanente y clara transferencia de información a los trabajadores.

Se concluye, que, bajo este enfoque de gestión de calidad, los microempresarios establecen sus logros y tácticas, para lograr perfeccionar los servicios brindados, y garantizar mejoras en los niveles de productividad y rentabilidad del sector servicio rubro restaurantes, del cual forma parte su actividad económica.

Villacorta E (2019). En su tesis: *“Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización Los Jardines, Trujillo 2018”*, para obtener el título profesional de licenciado en Administración-Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote-Trujillo. El autor citó como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. El diseño es no experimental, transversal y descriptivo. La población muestral fue 11 Restaurantes de la urbanización los Jardines. Obteniendo los siguientes resultados:

Los empresarios si conocen gestión de calidad y atención cliente, la mayoría (55%) tienen 31 a 50 años de edad, el (65%) es de género masculino. La mayoría (55%) tienen grado de instrucción superior. La mayoría (82%) son dueños. La mayoría simple (54%) tienen más de 7 años en el cargo. La mayoría (55%) de las Mypes permanecen más de 7 años en el mercado. La mayoría (91%) tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría (82%) son personas no familiares. La totalidad (100%) de las Mypes son creadas para generar dinero. La mayoría simple (45%) conocen el termino gestión de calidad a la misma vez el (45%) tienen cierto conocimiento de gestión de calidad. La totalidad (100%) conoce lo que es atención al cliente. La mayoría (82%) tienen dificultades de los trabajadores que no se adaptan a los cambios.

La mayoría (82%) miden el rendimiento a través de la observación. La totalidad (100%) contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad. La totalidad (100%) de la gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa. La mayoría (64%) conocen atención al cliente. La totalidad (100%) aplica la gestión de calidad en la atención al cliente. La mayoría (92%) fundamental la atención al cliente para que regrese. La mayoría (64%) utiliza la comunicación. La mayoría (55%) tiene rapidez en la entrega del producto. El (82%) brinda una buena atención al cliente. La mayoría (63%) una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores. La mayoría

(36%) de los clientes están satisfechos igual manera que la mayoría simple (36%) incremento en sus ventas.

Finalmente, las conclusiones son: El 91% tienen de 1 a 5 trabajadores El 64% conocen atención al cliente. El 100% aplican la gestión de calidad en la atención al cliente. El 92% si es fundamental la atención al cliente para que este regrese. El 82% brindan una buena atención al cliente. El 36% una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores.

b. Bases teóricas de la investigación

b.1. Micro y pequeñas empresas (Mypes):

De acuerdo a la **Ley N°28015**, establece el concepto de micro y pequeña empresa:

Es una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (TEXTO UNICO ORDENADO), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. (Dec. Leg. N° 1086)

Mypes, consideradas fuente principal generadora de empleo debido al crecimiento económico que éstas tienen, pues su gran auge ha permitido a los micro empresarios asumir nuevos retos y apostar por mayor inversión, toda vez que esto se ve reflejado en la buena gestión administrativa interna, estrategias para la comercialización de productos y servicios, permitiendo el incremento de su rendimiento y favorecer la supervivencia.

Por ello, es fundamental considerar que el crecimiento de las Mypes dependerá prácticamente de la implementación de procesos de control constante a nivel administrativo, mercadotécnico, productivo, humano y financiero; del mismo modo deberá innovar en los bienes y/o servicios ofertados en el mercado, procesos y otros, poseer planes estratégicos, tener un adecuado control financiero, etc.

- **Características de las Mypes:**

Conforme **Ley N°28015 (2013)** son características de las Mypes:

- **Microempresa:** Ya no se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino solo por el tamaño de sus ventas. Ahora una microempresa será la que tiene ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT)
- **Pequeña empresa:** La que realiza ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT) (**Art. N°03**)

- **Importancia de las Mypes:**

Según, **LLenque. F (2019)** señala el relevante rol significativo de las Mypes en la actualidad, debido que representa una proporción favorable en la estructura productiva y económica de nuestro país, dado que éstas crean abundantes puestos de trabajo, reducen niveles de pobreza por medio del funcionamiento de sus operaciones, estimulan e incentivan el espíritu emprendedor, se convierte en una de las fuentes primordiales de ingreso y desarrollo en el sector privado, así como contribuyen al desarrollo sostenible en el aspecto laboral y económico.

Por tal razón la importancia de las Mypes radica en el impacto que genera en el dinamismo de la economía y como éste forja niveles óptimos de emprendimiento, lo que permite tener consecutivamente un paradigma para la generación de nuevas actividades comerciales hacia la búsqueda de oportunidades e incursión en el mercado.

Por tal motivo, existen reglas que permite a las Mypes ganar ventajas competitivas, según detalle:

- **Inventar soluciones increíbles y experiencias únicas:** Esto es referido que las Mypes hoy en día, requieren de una constante innovación del bien y/o servicio prestado y añadir valor agregado a ello, a fin de garantizar experiencias increíbles en la atención del cliente, y éstos satisfagan sus necesidades.
- **Extender el servicio o producto:** Es fundamental la diversificación de productos y servicios ofrecidos, en el sentido que se tenga una rápida respuesta a las exigencias y demanda de los clientes.
- **Enfocar en el cliente:** Las Mypes direccionan sus actividades económicas en base a las necesidades del cliente, pues es éste, de quien depende el éxito o no de una empresa u organización, por lo tanto, toda decisión y acción tomada en base a mejoras deberá ser reflejado en resultados óptimos y bajo el enfoque de gestión de calidad y servicio de atención al cliente.
- **Emplear plataformas digitales:** La mega tendencia global y el avance tecnológico en los últimos años requieren que las empresas, organizaciones e instituciones del sector privado añadan a sus operaciones plataformas digitales, que les permita rapidez en los procesos administrativos y operativos, en base a su nivel productivo.
- **Conversar de manera constante con los clientes:** Como ya se conoce, que el cliente es factor de éxito de una empresa, por lo consiguiente se deberán aplicar estrategias para lograr su fidelización, permitiendo una constante y fluida relación empresa-cliente, con el fin de tener rapidez en la identificación de necesidades y/o requerimientos de tal manera que se dé el cumplimiento respectivo.

- **Innovar rápido y barato:** Es preciso analizar el mercado, emplear criterios de creatividad e innovación, empleando métodos y estrategias acorde con la estructura de costos de cada unidad económica, lo que facilitará el desempeño funcional de las mismas.
- **Planificar el año:** Las Mypes deberán asumir planes estratégicos plasmados en un documento físico, en el cual se deberán detallar metas, objetivos, indicadores, estrategias a corto, mediano y largo plazo, según las políticas de cada empresa.
- **Clasificación de las Mypes:**

Según, **Blog Universia (2011)** manifiesta que los avances tecnológicos y el proceso de globalización han abierto nuevas posibilidades de incorporación en el mercado y están creando nuevos desafíos a las Mypes, he ahí su diversificación:

Mype de acumulación: Están referidas a las Mypes que poseen gran capacidad para la generación de utilidades, mantienen su inversión inicial y amplían el crecimiento económico de la misma lo cual se evidencia en la generación de empleo.

Mype de subsistencia: Son aquellas Mypes que no tienen capacidad de generar utilidades, y realizan operaciones que no requieren de transformación substancial de materiales, o de hacerlo requiere de tecnología rudimentaria.

Nuevos Emprendimientos: Se entienden por aquellas Mypes que están bajo el enfoque de oportunidad, es decir implica aquellas organizaciones con reciente iniciativa en el mercado, los cuales apuntan a la innovación, cambio y creatividad.

b.2. Variable: Gestión de Calidad

Calidad:

Se define como “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie”

La norma ISO 4082 la definió como “el conjunto de características de una Entidad (actividad, producto, organización, persona) que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas”

Gestión de calidad:

Un sistema de gestión de la calidad es una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos (recursos, procedimientos, documentos, estructura organizacional y estrategias) para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en satisfacción del cliente y en el logro de los resultados deseados por la organización.

CONTROL DE CALIDAD:

El control de calidad son todos los mecanismos, acciones, herramientas que realizamos para detectar la presencia de errores. Como tal, la función consiste en la recolección y análisis de grandes cantidades de datos que después se presentan a diferentes departamentos para iniciar una acción correctiva adecuada.

Todo producto que no cumpla las características mínimas para decir que es correcto, será eliminado, sin poderse corregir los

posibles defectos de fabricación que podrían evitar esos costos añadidos y desperdicios de material.

Para controlar la calidad de un producto se realizan inspecciones o pruebas de muestreo para verificar que las características del mismo sean óptimas. El único inconveniente de estas pruebas es el gasto que conlleva el control de cada producto fabricado, ya que se eliminan los defectuosos, sin posibilidad de reutilizarlo.

No confundir calidad con control de calidad. La calidad es algo que solo se consigue con:

- Una definición clara de lo que quiere el cliente.
- Un proyecto bien estudiado.
- Un adecuado proceso de fabricación del producto.
- Una realización escrupulosa cumpliendo especificaciones.
- Un posterior tratamiento que no degrade al producto (embalaje, transporte).
- Un buen servicio post-venta.

La calidad afecta a todos y cada uno de los componentes de la empresa, generando el compromiso e involucración de todos hacia el proceso de mejora continua.

Sistema de Gestión de la Calidad Iso 9001

El enfoque para este sistema es el de identificar, comprender y gestionar los procesos interrelacionados, que contribuyen a la eficacia y eficiencia de una organización, de una Mype en el logro de sus objetivos.

Los componentes del sistema relacionados a los distintos procesos, permiten a través de este enfoque mejorar la efectividad y eficiencia de una organización, siendo necesario contar para ello con un liderazgo adecuado, que logre facilitar la creación y mantenimiento de un ambiente interno, en el que el personal pueda llegar a involucrarse en medida suficiente en el alcance de las metas establecidas. Cuando esta gestión se dirige al cumplimiento de los requisitos de los usuarios y partes interesadas, el sistema se integra convirtiéndose en un sistema de gestión de la calidad.

Pero este sistema requiere de otro componente previsto en la ISO 9001, el mejoramiento continuo, sobre la base del cual es necesario primero, realizar mediciones de los procesos y un posterior análisis de los resultados de dichas mediciones, para la toma de decisiones orientadas a mejorar los procesos. En este sentido, la ISO 9001 propone un modelo de gestión de la calidad que comprende los siguientes elementos:

- Los requisitos de los clientes y otras partes interesadas como elementos de entrada para el diseño de productos, procesos o servicios.
- La responsabilidad de la dirección o gerencia general como pieza fundamental para guiar al personal de la empresa hacia un sistema de gestión ordenado y consistente.
- La gestión de los recursos, comprende los procesos relacionados con la determinación y provisión de los recursos necesarios, el

- otorgamiento de formación planificada al personal y la evaluación de su eficacia, así como la determinación de la infraestructura, equipamiento y ambiente de trabajo necesario.
- La realización del producto a través del cual la empresa se organiza para atender las demandas de sus clientes, bajo el cumplimiento de requisitos que caracterizan al producto, proceso o servicio que se brinda.
 - La medición y análisis del nivel de percepción del cliente y de otras partes interesadas respecto a los productos, procesos o servicios que se les entrega. Asimismo, comprende la medición y análisis de los procesos de la organización y del producto, para un posterior análisis de los resultados obtenidos con el objeto de realizar planteamientos de mejora.
 - La mejora continua del sistema de gestión.

El sistema de gestión de la calidad en una Mype busca que ésta opere en forma sistemática, ordenada y transparente, tanto en sus procesos operativos como en los de diseño y desarrollo. Y que además establezca y aplique herramientas de calidad que le permitan mejorar continuamente su desempeño, teniendo como información de entrada las necesidades de los clientes. La Mype al contar con un sistema de gestión, poseerá versatilidad para adecuarse a este mercado móvil. Lo que servirá para analizar los procesos al interior de la organización y a través de las herramientas de calidad como:

- Manejo de las acciones correctivas
- Manejo de las acciones preventivas
- Auditorías internas

Permitirá a la organización aprender de sus errores, pues las auditorías internas son útiles para identificar los errores y el óptimo tratamiento de ellos; se alcanza mediante la aplicación de la herramienta de acciones correctivas. Por otro lado, la herramienta de mejora de acciones preventivas se constituye en un mecanismo que promueve la capacidad de la empresa de adelantarse, procurando la visualización anticipada de la empresa de posibles errores que se pueden suscitar.

Principios de gestión de la calidad: Estos principios están basados en la Norma Iso 9000, los cuales determinan con claridad y exactitud las guías y pautas necesarias para una adecuada implementación de sistemas de calidad en las empresas y/o organizaciones que buscan la mejora continua.

1. **Organización orientada al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes, en consecuencia, deben esforzarse en comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requerimientos y perseverar en exceder sus expectativas.
2. **Liderazgo:** Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la dirección de la organización. Deben crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda

llegar a implicarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

3. ***Participación del personal:*** El personal es la esencia de una organización y su total involucramiento posibilita que sus habilidades sean empleadas para el beneficio de la organización.
4. ***Enfoque basado en procesos:*** Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos implicados se gestionan como un proceso.
5. ***Enfoque de sistema para la gestión:*** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
6. ***Mejora continua:*** El compromiso diario con la excelencia debe ser el objetivo permanente de la organización.
7. ***Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:*** Las decisiones eficaces se fundamentan en el análisis de la información y los datos.
8. ***Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor:*** Una organización y sus proveedores son interdependientes. Una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

ETAPAS DE GESTIÓN DE CALIDAD:

El proceso que llevan a cabo las organizaciones para poder gestionar la calidad, proyectándola más allá de las estrategias,

formulación de objetivos y la movilización de recursos, el enfoque de sistemas descrito en la norma ISO 9000 ayuda a su puesta en práctica lo cual puede hacerse desarrollando las siguientes etapas:

- a) ***Efectuar un buen diagnóstico***: Generalmente se requiere la intervención de un equipo externo a la empresa para la realización del estudio, el cual debe incluir: estado de mando, cultura empresarial, relaciones con los proveedores y clientes, tratamiento dado a la gestión de la tecnología.
- b) ***Establecer un comité del proyecto***, en el que se integre la alta dirección, los ejecutivos y técnicos de alto nivel y los consultores externos. Este comité redactará el proyecto fijando sus etapas y asignando los tiempos para su desarrollo y ejecución.
- c) ***Diseño y puesta en práctica de un plan de sensibilización y formación***, a todos los niveles que sirva como motivador de la calidad.
- d) ***Elección de la norma por la cual deberá regirse el sistema*** que debería ser aquella que más se adapte a las características y necesidades de la empresa.
- e) ***Formación de auditores internos***, dentro de las empresas deben existir auditores que verifiquen la buena gestión de la calidad en la organización.
- f) ***Identificación de los procesos***, su criticidad y puntos de control dentro de ellos.

- g) **Confeción del manual de calidad:** En este documento se menciona claramente lo que la organización hace para alcanzar la calidad.
- h) **Redacción de los manuales de procedimiento:** Constará de los procesos generales y los específicos. Los generales suelen coincidir con los apartados, o viceversa, un apartado desarrollarse en varios procedimientos. Las instrucciones específicas describen detalladamente la ejecución de los procesos, circunstancia que obliga a una redacción clara y concisa fácilmente entendible por los trabajadores.
- i) **Puesta en marcha del sistema:** Concluida la fase anterior se inicia la puesta en funcionamiento del sistema, durante la redacción de los documentos, se habrán llevado a cabo las acciones de sensibilización, motivación y entrenamiento en temas tanto técnicos como humanos.

Herramientas para la calidad: Existe un sinfín de herramientas para la calidad que se pueden emplear tanto en la fase de planeación, como en la de control o en la mejora. Las herramientas y técnicas para la mejora en busca de la calidad y la resolución de problemas son:

- **Brainstorming o tormenta de ideas:** Herramienta utilizada por un grupo de personas para aflorar el máximo número de ideas relacionadas con un concepto. Se basa en el respeto de todas las

ideas de los participantes con la finalidad de estimular la participación y creatividad de todos los miembros del grupo.

- **Reingeniería:** Revisión fundamental y rediseño radical de los procesos para alcanzar mejoras espectaculares en medidas críticas y contemporáneas de rendimiento, tales como costes, calidad de servicio y rapidez.

III. Hipótesis

Por ser una investigación de nivel descriptivo no se está planteando hipótesis, porque el propósito es solo la descripción de las características más relevantes de los gerentes y/o representantes legales, Mypes y las variables en estudio (Gestión de calidad y atención al cliente).

IV. Metodología

a. Diseño de la Investigación

Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño no experimental–transversal-descriptivo.

- No experimental, porque se desarrolló sin realizar cambios ni modificación alguna, estudiando deliberadamente las variables, se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto y la información que permite su viabilidad.
- Transversal, porque la investigación está centrada en analizar cuál es el nivel o estado de la variable en estudio en un momento dado, en este caso el estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado en el año 2019.

- Descriptivo, porque sólo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.

Según Sampieri (2003, p.60). “Los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”.

M ----- O

Dónde:

- M = Muestra conformada por las Mypes del sector servicios-Rubro Restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres.

- O = Observación de las variables: Atención al cliente y gestión de calidad.

b. Población y muestra

Población:

Para la determinación de la población en la presente investigación, en referencia al sector servicios, rubro restaurantes en el Centro Poblado San Martin de Porres, se realizó el muestreo censal obteniendo como resultados 33 restaurante existente en la zona.

Muestra:

Se trabajó con una muestra dirigida a 20 Mypes, los que formaron parte de la investigación. El criterio de selección estuvo en función de la predisposición de facilitar información por parte de los

representantes y/o gerentes de las Mypes, se realizó el muestreo por conveniencia.

4.1. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de las Mypes	Es una persona natural y/o jurídica que asume las contingencias de iniciar, organizar y dirigir una empresa.	Edad	a) 18 - 30 b) 31 - 50 c) 51 a mas	Razón
		Sexo	• Masculino • Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	• Sin instrucción • Est. Básicos • Superior no universitaria • Superior universitaria	Nominal
		Cargo que desempeña	• Dueño • Administrador	Nominal
		Tiempo en el cargo	a) 0-3 años b) 4-6 años c) 7 años a más	Razón
Características de las Mypes	Referidas a las cualidades que poseen estas unidades económicas en cuanto a su operatividad	Años de funcionamiento	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Razón
		Número de Trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores.	Razón

		Tipo de relación con el colaborador	a) Familiares b) Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación	a) Generar ganancia b) Subsistencia	Nominal
Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	Es el conjunto de acciones que realiza las empresas para mejorar procesos, contribuyendo a su optimización encaminadas a la mejora continua e incrementar niveles de calidad en el producto y/o servicio ofertado.	Conocimiento sobre gestión de calidad	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento	Nominal
		Desempeño	a) Benchmarking b) Atención al cliente c) Empowerment d) La 5 s e) outsourcing f) otros g) Ninguno	Nominal
		Inconvenientes y problemas	a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto e) Otros	Nominal
		Medición de la productividad	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) Otros	Nominal
		Mejoras en el rendimiento	a) Si b) No	Nominal
		Objetivos y metas de la empresa	a) Si b) No c) A veces	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Atención al cliente	Es una herramienta eficaz que utiliza las empresas con el fin de buscar interacción y relación con el cliente a través de la prestación de bienes y servicios, buscando la satisfacción de sus necesidades y expectativas.	Tiene conocimiento de atención al cliente	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento.	Nominal
		Aplica la gestión de calidad en el servicio	a) Si b) No c) A veces	Nominal
		Atracción del cliente	a) Si b) No	Nominal
		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad	a) Comunicación b) Confianza c) Retroalimentación d) Ninguno	Nominal
		Satisfacción al cliente	a) Atención personalizada b) Rapidez en la entrega de los productos c) Las instalaciones d) Ninguna	Nominal
		Eficiencia	a) Buena b) Regular c) Malo	Nominal
		Logros obtenidos	a) Clientes satisfechos b) Fidelización de los clientes c) Posicionamiento de la empresa	Nominal

Atención al cliente	Es una herramienta eficaz que utiliza las empresas con el fin de buscar interacción y relación con el cliente a través de la prestación de bienes y servicios, buscando la satisfacción de sus necesidades y expectativas.		d) Incremento en las ventas.	
		Excelencia en la atención y mejoras en la calidad	a) Si b) No	Nominal
		Relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente	a) Si b) No	Nominal
		Eficacia	a) Amabilidad b) Capacitación al colaborador c) Información al cliente d) Todas las anteriores	Nominal
		Estrategias	a) Mejorar calidad en el producto y/o servicio b) Innovación de productos c) Rapidez en la atención d) Adecuar el producto y/o servicio al cliente e) Todas las anteriores	Nominal
		Ventajas	a) Rentabilidad b) Buena imagen c) Fidelización d) Captación de clientes	Nominal
		Normas	a) Normas Iso 9001-2015 b) Reglamento de la empresa	Nominal

4.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se empleó como técnica la encuesta ya que mediante ésta se pudo obtener información a través de los representantes de las Mypes cuyas opiniones son de gran valor a la investigación.

El instrumento, que se utilizó para registrar la información es: El cuestionario que consta de 28 preguntas distribuidas de la siguiente manera: 05 sobre datos de los representantes de las Mypes, 04 concerniente a las características de las micro y pequeñas empresas, 06 sobre la variable gestión de calidad y 13 sobre atención al cliente.

4.3. Plan de análisis

La base de datos fue llevada a los formatos preestablecidos, los cuales muestran la información de manera clara y ordenada.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se utilizó el análisis descriptivo de las variables en estudio a través del procesador de textos (Microsoft Word); se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas, el cual se utilizó el programa Microsoft Excel que cuenta con funciones para el conteo sistemático de datos estableciéndose para ello criterios predeterminados.

4.4. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	VARIABLES	POBLACIÓN y MUESTRA	METODOLOGIA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION	INSTRUMENTO Y PROCEDIMIENTO
<p>¿Cuáles son las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y una propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres del Distrito de San José, Provincia Pacasmayo, 2019?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres, Distrito de San José, Provincia Pacasmayo, 2019.</p> <p>Objetivos específicos: -Determinar las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las Mypes del sector servicios- rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres, Distrito de San José, 2019.</p>	<p>Gestión de Calidad: Es el conjunto de acciones que realiza las empresas para mejorar procesos, contribuyendo a su optimización encaminadas a la mejora continua e incrementar niveles de calidad en el producto y/o servicio ofertado.</p>	<p>Población: La población estuvo conformada por 33 micro y pequeñas empresas del sector servicio- rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres del Distrito de san José.</p>	<p>Diseño:</p> <p>No experimental: Porque se realizó sin manipular las variables Gestión de Calidad y atención al cliente, es decir se observa el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.</p> <p>Transversal: Porque la investigación estuvo centrada en analizar cuál es el nivel o estado de las variables en el Año 2019.</p>	<p>Técnica:</p> <p>La encuesta: Procedimiento que permitió la recopilación de información sobre el estudio de las variables.</p>

	<p>-Determinar las principales características de las Mypes del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres del Distrito de San José, 2019.</p> <p>-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 restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres del Distrito de San José, 2019.</p> <p>- Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes en el Centro Poblado San Martin de Porres.</p>	<p>Atención al cliente:</p> <p>Es una herramienta eficaz que utiliza las empresas con el fin de buscar interacción y relación con el cliente a través de la prestación de bienes y servicios, buscando la satisfacción de sus necesidades y expectativas.</p>	<p>Muestra:</p> <p>La muestra estuvo conformada por 20 micro y pequeñas del sector servicio, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martin de Porres del Distrito de San José (Muestreo por conveniencia)</p>	<p>Descriptivo:</p> <p>Porque sólo se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.</p>	<p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario estructurado</p>
--	--	--	---	---	---

4.5. Principios éticos:

La investigación se realizó respetando los siguientes principios:

- **Protección a las personas:** Debido a la necesidad que surge como parte del estudio el realizar recopilación de información a la muestra tomada (representantes y/o gerentes de las Mypes), siendo éstos la fuente principal generadora de datos; en tal razón se deberá respetar el derecho a la identidad, diversidad, protección, dignidad humana, confidencialidad y privacidad, pues debido que al disponer de información y participación voluntaria se deberá tener respeto de sus derechos, a fin de garantizar un adecuado manejo de situaciones y evitar alguna probabilidad de riesgos.
- **Beneficencia y no maleficencia:** Referido a la capacidad del investigador para generar una percepción objetiva, en el que las partes involucradas en el estudio realizado no se afecten de alguna manera por algún error o desviación identificado, sino al contrario se genere la disminución de estos efectos y se logre maximizar beneficios con la investigación y ser tomado como base y/o referencia para la implementación de mejoras.
- **Justicia:** Basado este principio en el raciocinio del investigador para la obtención de información de manera imparcial y con equidad para ser analizados y resueltos, debiendo finalmente facilitar del acceso de dichos datos a la parte investigada (muestra de las Mypes).

- **Integridad científica:** Refiérase a las actividades y/o procedimientos científicos que realiza el investigador a fin de obtener datos de las variables de estudio a través de la observación, recolección e interpretación evidenciando conceptualizaciones teóricas y aplicación práctica.
- **Consentimiento informado:** Este principio está basado en la autorización y/o permiso por partes de los sujetos investigados permitiendo el acceso a brindar datos relevantes y de vital importancia expresado en la voluntad de participación en la investigación.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1: Características de los gerentes y/o representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres del Distrito de San José, 2019.

Perfil de los gerentes y/o representantes de las Mypes	n°	%
Edad (año)		
18-30	2	10.0
31-50	11	55.0
51 a más años	7	35.0
Total	20	100.0
Género		
Masculino	6	30.0
Femenino	14	70.0
Total	20	100.0
Grado de instrucción		
Sin instrucción	2	10.0
Educación básica	15	75.0
Superior no universitaria	2	10.0
Superior universitaria	1	5.0
Total	20	100.0
Cargo que desempeña		
Dueño	20	100.0
Administrador	0	0.0
Total	20	100.0
Tiempo en el cargo		
0 a 3 años	6	30.0
4 a 6 años	8	40.0
7 a más años	6	30.0
Total	20	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres del Distrito de San José, 2019.

Tabla 2: Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres del Distrito de San José, 2019.

Características de las Mypes	n°	%
Años de funcionamiento		
0 a 3 años	6	30.0
4 a 6 años	8	40.0
7 a más años	6	30.0
Total	20	100.0
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	19	95.0
6 a 10 trabajadores	1	5.0
11 a más trabajadores	0	0.0
Total	20	100.0
Tipo de relación con el colaborador		
Familiares	18	90.0
Personas no familiares	2	10.0
Total	20	100.0
Objetivo de creación		
Generar ganancias	16	80.0
Subsistencia	4	20.0
Total	20	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres del Distrito de San José, 2019.

Tabla 3: Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres del Distrito de San José, 2019.

VARIABLE: GESTIÓN DE CALIDAD	n°	%
Conocimiento sobre gestión de calidad		
Si	13	65.0
No	0	0.0
Tengo cierto conocimiento	7	35.0
Total	20	100.0
Conoce las técnicas de gestión de calidad		
Benchmarking	1	5.0
Atención al cliente	15	75.0
Empowerment	1	5.0
La 5 s	3	15.0
Outsourcing	0	0.0
Otros	0	0.0
Ninguno	0	0.0
Total	20	100.0
Dificultades y/o inconvenientes		
Poca iniciativa	12	60.0
Aprendizaje lento	4	20.0
No se adapta a los cambios	2	10.0
Desconocimiento del puesto	1	5.0
Otros	1	5.0
Total	20	100.0
Medición del rendimiento y/o productividad		
La observación	18	90.0
La evaluación	2	10.0
Escala de puntuaciones	0	0.0
Evaluación de 360°	0	0.0
Otros	0	0.0
Total	20	100.0

Tabla 3... continuación

Mejoras en el rendimiento del negocio		
Si	20	100.0
No	0	0.0
Total	20	100.0
Alcance de objetivos y metas de la empresa		
Si	20	100.0
No	0	0.0
A veces	0	0.0
Total	20	100.0
VARIABLE: ATENCIÓN AL CLIENTE		
	n°	%
Conocimiento sobre atención al cliente		
Si	17	85.0
No	0	0.0
Tengo cierto conocimiento	3	15.0
Total	20	100.0
Aplica la gestión de calidad en el servicio		
Si	12	60.0
No	2	10.0
A veces	6	30.0
Total	20	100.0
La atención al cliente genera retorno al negocio		
Si	20	100.0
No	0	0.0
Total	20	100.0
Uso de herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	11	55.0
Confianza	9	45.0
Retroalimentación	0	0.0
Ninguno	0	0.0
Total	20	100

Tabla 3... continuación

Factores para obtener un servicio de calidad		
Atención personalizada	10	50.0
Rapidez en la entrega de los productos	3	15.0
Las instalaciones	7	35.0
Ninguno	0	0.0
Total	20	100.0
La eficiencia de la atención al cliente es		
Buena	16	80.0
Regular	4	20.0
Malo	0	0.0
Total	20	100.0
Logros obtenidos		
Clientes satisfechos	5	25.0
Fidelización de los clientes	4	20.0
Posicionamiento de la empresa	4	20.0
Incremento en las ventas	7	35.0
Total	20	100.0
Impacto de la atención al cliente en la gestión de calidad		
Si	20	100.0
No	0	0.0
Total	20	100.0
Relación entre atención al cliente y su satisfacción		
Si	20	100.0
No	0	0.0
Total	20	100.0
Eficacia en la mejora de atención al cliente		
Amabilidad	15	75.0
Capacitación al colaborador	0	0.0
Información al cliente	2	10.0
Todas las anteriores	3	15.0
Total	20	100.0

Concluye Tabla 3

Uso de estrategias para satisfacción del cliente		
Mejorar calidad del producto y/o servicio	9	45.0
Innovación del producto	5	25.0
Rapidez en la atención	1	5.0
Adecuar el producto y/o servicio al cliente	2	10.0
Todas la respuestas	3	15.0
Total	20	100.0
Ventajas que obtiene la empresa		
Rentabilidad	11	55.0
Buena imagen	2	10.0
Fidelización de los clientes	6	30.0
Captación del cliente	1	5.0
Total	20	100.0
Uso de normas para mejorar la atención al cliente		
Normas Iso 9001-2015	0	0.0
Reglamento de la empresa	4	20.0
Ley de protección al consumidor	11	55.0
Ninguna	5	25.0
Total	20	100.0

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado san Martín de Porres del Distrito de San José, 2019.

5.2. Análisis de resultados

- a) **Respecto al objetivo 01:** Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres del Distrito de San José, 2019.

Tabla 01

Edad de los gerentes y/o representantes

El 55.5% de los gerentes y/o representantes de las Mypes en estudio tienen una edad que oscila entre 31-50 años, estos resultados coinciden ligeramente con la investigación realizada por Mendoza G (2015) el cual determina de los 14 propietarios y/o administradores encuestados en su mayoría la edad de éstos está comprendida en el rango de 36-55 años, así mismo coinciden parcialmente con los resultados del estudio de Vela M (2018) en el cual se aprecia que la mayoría relativa el 47.1% tienen una edad de 29 a 39 años, del mismo modo se detalla la coincidencia de los resultados encontrados por Sernaque J (2017), Antúnez (2017) y Villacorta E (2019) quienes manifiestan que el 51.9%, 72.7% y el 55.0% respectivamente muestran que la edad de sus representantes están en las edades de 31 a 50 años. Se concluye que la mayoría de los representantes de las Mypes en este rubro están dirigidas por personas que cuentan con experiencia adecuada y se encuentran entre las edades de 31 a 50 años. Finalmente, la base de un buen negocio está dada en el éxito que ha logrado obtener producto de una buena administración de los representantes legales, dueños y/o administradores y cómo ventaja de tener más años ha

demostrado que al momento de dar inicio a un emprendimiento juega un papel determinante la experiencia laboral, facilitando el mantenimiento del negocio enfocados en su estilo y prácticas que persiguen.

Género del representante

El 70% de los representantes encuestados en su mayoría son del género femenino, estos datos contrastan con Mendoza, G. (2015) quien señala que 13 propietarios de la población encuestada el sexo que mayor prevalece en ellos es el masculino, al mismo tiempo también se puede observar la discrepancia con los resultados encontrados por Vela M (2018) que el género que prevalece en los representantes es el masculino representado por el 70.6%, a la vez se puede apreciar la coincidencia con Sernaque J (2017) donde el 51.9% son de género femenino, así mismo se observa discrepancia en las investigaciones realizadas por Antúnez (2017) y Villacorta E (2019) se determina que el género que prevalece en los representantes es el masculino representado por el 63.6% y 64.0% respectivamente. Se concluye que la mayoría de los representantes encuestados son de género femenino. En definitiva, la participación del género femenino en la fuerza laboral es uno de los desafíos más urgentes de las empresas, en términos de participación y oportunidad, cuyo fin es potenciar su talento y aprovecharlo en el desempeño y rol que asume dentro la organización administrativa de la empresa.

Grado de instrucción del representante

El 75.0% tienen grado de instrucción de educación básica, este dato contrasta con los estudios realizados por Mendoza G (2015) quien en

su estudio señala que la mayoría de los propietarios representado por 07 manifiestan tener el grado de escolaridad de nivel diversificado (Sistema Educativo Guatemalteco), así mismo difieren con el estudio de Vela, M. (2018) quien presenta que el 52.9% tienen un grado de instrucción técnica, del mismo modo existe discrepancia con los estudios realizados Sernaque J (2017), Antúnez (2017) y Villacorta E (2019) quienes determinan que el 51.9% ,45.5% y 55.0% respectivamente tienen el grado de instrucción con alto porcentaje en estudios superiores universitarios. Se concluye en base a los resultados obtenidos que la mayoría de los representantes de las Mypes tienen grado de instrucción de educación básica. La formación profesional y el grado de educación permite a las empresas medir el nivel de desempeño de funciones o tareas productivas en relación a los conocimientos, capacidad de respuesta por parte de los colaboradores, siendo importante la preparación académica, técnica u otra que facilite asumir con responsabilidad el trabajo, todo ello a fin de alcanzar mejores y mayores logros.

Cargo que desempeña

La totalidad de los encuestados simbolizado por el 100.0% de los representantes son dueños de dichas Mypes. Este resultado coincide con los datos adquiridos de la investigación realizada por Mendoza G (2015) en el cual determina que 13 de los propietarios en su mayoría manifiestan que ellos como dueños realizan funciones directivas, gerenciales y administrativas, mientras Sernaque J (2017) en su estudio difiere y detalla que el 40.8% tiene el cargo de administrador, por otro lado, existe

coincidencia con Villacorta E (2019) donde el 82.0% de los encuestados manifiestan ser dueños. Se concluye que la totalidad de los representantes de las Mypes son dueños de sus negocios y al mismo tiempo asumen funciones de administración. Es preciso detallar el rol fundamental de asumir ambas responsabilidades a la vez, puntualizando la iniciativa, talento dentro de su gestión administrativa para asumir y tener control de la conducción de las actividades del negocio.

Tiempo en el cargo

El 40% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan tener una permanencia en el cargo de 4 a 6 años, estos resultados Difieren con Sernaque, J. (2017) quien determina que el 48.2% de los representantes tienen de 6 a más años en el cargo, de la misma forma difiere con Villacorta E (2019) que precisa que el 45.0% de los representantes de las Mypes encuestadas tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo. Se concluye que la mayoría relativa tienen de 04 a 06 años en el cargo que desempeñan. Para las empresas, el compromiso del trabajador con la organización y el deseo permanente de aprender y la búsqueda de nuevos retos ofrecen alternativas de cambios de roles y ascensos a nivel funcional, proyectando un perfil con estabilidad laboral en el cargo que asuma.

b) Respecto al objetivo 02: Características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres del Distrito de San José, 2019.

Tabla 02

Años de funcionamiento

El 40.0% de los representantes de las Mypes declaran en cuanto a los años de funcionamiento de las empresas en el mercado tienen de 4 a 6 años, esto coincide ligeramente con los resultados de la investigación de Mendoza, G. (2015) quien concluye que 13 de los propietarios y/o administradores indicaron que los restaurantes funcionan desde hace más de 5 años, así mismo coincide con los estudios de Vela, M. (2018) en cuanto al tiempo de presencia en el mercado se muestra el 82.4% con la antigüedad de 4 a 6 años, de la misma forma se puede apreciar una ligera coincidencia con los resultados de Sernaque J (2017) quien hace referencia que los años de los restaurantes en la actividad representado por el 59.3% tienen un tiempo de funcionamiento de 6 años a más, y según Antúnez (2017) manifiesta que el 68.2% de las Mypes tienen de 0 a 3 años de tiempo de permanencia, dichos datos contrastan con los datos recopilados de la investigación realizada, de igual modo se puede evidenciar con los estudios de Villacorta E (2019) en el que se detalla el 55% de los representantes de las Mypes declara que la permanencia de las empresas tienen más de 7 años de funcionamiento en el mercado. En conclusión, la mayoría relativa de las Mypes del rubro restaurante tienen de 4 a 6 años de permanencia en el mercado, como se puede apreciar el regular tiempo de estabilidad y/o subsistencia de éstas en el mercado, denotando el posicionamiento que ha logrado en el tiempo con la prestación de sus productos y/o servicios. La política gerencial busca asegurar la rentabilidad de la empresa en consecuencia la supervivencia a través de los

años, mediante la diversificación de productos y servicios, evaluación del mercado, uso y aplicación de tecnología, capital (re inversión), la competencia y personal (acción de refuerzo).

Número de trabajadores

Los micro empresarios encuestados declaran que sus Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores representado por el 95.0%. Dichos datos concuerdan con los resultados de Mendoza, G. (2015) en el que concluye que de los 16 propietarios y/o administradores indicaron que de 01 a 05 personas laboran actualmente en el restaurante, así mismo se observa una ligera coincidencia de datos de los estudios de Vela, M. (2018) en el cual manifiesta que el 58.8% de las Mypes tienen de 05 a más de 08 trabajadores en su negocio. En cuanto a los resultados obtenidos de la investigación de Sernaque (2017), Antúnez (2017) y Villacorta, E. (2019) estos coinciden con los datos del presente estudio en el que se detalla que las Mypes tienen el 59.26%, 63.6% y 91% respectivamente de 1 a 5 trabajadores en sus restaurantes. Se concluye la mayoría de los representantes de las Mypes cuentan con 1 a 5 trabajadores, esta información demuestra que por ser pequeños negocios no requieren y/o demandan de abundante mano de obra para su actividad. Para la toma de decisión del personal idóneo y necesario se tendrá en cuenta el nivel productivo a fin de dar cumplimiento a las metas estratégicas del negocio.

Tipo de relación con el colaborador

Los representantes de las Mypes encuestadas en un 90.0% indican que las personas que laboran en sus empresas tienen vínculo familiar

(familiares). Esto contradice con los estudios de Sernaque, J. (2017) y Villacorta, E. (2019) quienes concluyen que el 44.5% y 82% respectivamente en referencia a la relación de los trabajadores con los representantes del restaurante no tienen vínculo familiar. Se concluye la mayoría de las personas que laboran en las Mypes del rubro restaurantes son familiares.

Objetivo de creación

El 80% de las Mypes encuestadas manifiestan que el motivo de creación de éstas es para generar ganancias, esto contrasta con los resultados de la investigación realizada por Mendoza G (2015) donde manifiesta que 13 de los propietarios y/o administradores respondieron que la creación de los restaurantes se ha originado como una forma de subsistencia, mientras que los datos de la investigación de Sernaque, J. (2017) y Villacorta, E. (2019) coinciden con los datos recopilados, en el cual se revela que el 59.26% y 100% respectivamente, declaran que el objeto de creación de las Mypes es para generar ganancias. Se concluye la mayoría de las Mypes han sido creadas con el objetivo de generar ganancias.

c) Respecto al objetivo 03: Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres del Distrito de San José, 2019

Tabla 03

Variable: Gestión de Calidad

Conocimiento sobre gestión de calidad

El 65.0% de los representantes de las Mypes encuestadas sí tienen conocimiento del término gestión de calidad, estos datos contrastan con los resultados obtenidos del estudio realizado por Vela, M. (2018) quien manifiesta que el 70.6% poseen desconocimiento de gestión de calidad, lo mismo se deduce en la investigación de Sandoval, F. (2015) en el que concluye que la dirección de los restaurantes (94%) están apartados del concepto gestión de calidad, y ello se refleja en la no planificación adecuada e implementación, mientras con los resultados de Villacorta, E. (2016) existe ligeramente coincidencia se afirma que el 45% de los encuestados tienen cierto conocimiento del término gestión de calidad. Según las bases teóricas Véanse Oakland (2000) la gestión de calidad es todo un sistema que abarca una serie de acciones en que la empresa involucra la dirección y control de actividades asociadas a la calidad del bien y/o servicio promoviendo la mejora continua y evitar errores-desviaciones, para el logro de objetivos y metas. En conclusión, la mayoría sí conocen el término gestión de calidad.

Conoce de técnicas de gestión de calidad

El 75.0% de los representantes de las Mypes encuestadas afirman conocer la atención al cliente como técnica de gestión de calidad, estos datos contrastan con Antúnez (2017) donde describe que el 40.9% de los encuestados usan la mejora continua como técnica moderna de la gestión de la calidad, sin embargo de acuerdo a los estudios de Villacorta, E. (2019) coincide con los resultados obtenidos de la investigación detallando que el 100% de los representantes de las Mypes conocen la atención al cliente como técnica de gestión. Según Kotler (2006) en sus bases teóricas considera que para alcanzar el éxito lo fundamental y la clave es generar calidad en la

atención al cliente maximizando y añadiendo valor y tener como objetivo la satisfacción de sus necesidades, lo que permita cultivar relaciones a largo plazo con él. Se concluye la mayoría de los representantes conocen como técnica de gestión de calidad al término atención al cliente. Finalmente, la atención al cliente es una de las técnicas más modernas que está facilitando a las Mypes mejorar procesos en la prestación de bienes y/o servicios, volviéndolo cada vez más productivos, por ende, rentables.

Dificultades y/o inconvenientes

Como dificultad que tienen los trabajadores para la implementación de gestión de calidad el 60.0% de los representantes manifiestan que existe poca iniciativa, estos resultados contrastan con los datos obtenidos de Vela M (2018) donde afirma que el 82% de las Mypes su personal si se encuentran involucradas en las necesidades y preferencias de sus clientes (existe iniciativa e interés) permitiendo alcanzar mayores niveles de productividad, así mismo se muestra la contrastación en base a la investigación de Antúnez (2017) quien concluye que el 50% de los representantes de las Mypes si tienen iniciativa y dan prioridad a la planificación de sus actividades para determinar la calidad en su negocio, no teniendo ningún tipo de dificultades en sus trabajadores, mientras que de acuerdo a Villacorta, E. (2019) los resultados difiere manifiesta que el 82% de las Mypes como dificultad de sus trabajadores se tiene la no adaptación a los cambios. Según Blog Nueva Iso 9001:2015 (2018, julio,10) en sus bases teóricas considera como elemento fundamental de la gestión de calidad el compromiso de la dirección de la organización en el cual se precisa que todo el recurso humano que posee una empresa deberá estar involucrado y corresponderá añadir esfuerzos hacia una sola dirección para la correcta ejecución del sistema de calidad.

Se concluye la mayoría de los restaurantes encuestados poseen desventajas en cuanto a la propia iniciativa por parte de sus trabajadores dificultando la implementación de la gestión de calidad, siendo necesario motivarlos para tener su activa predisposición.

Medición del rendimiento y/o productividad

El 90% de las Mypes en estudio consideran que conocen como técnica de medición del rendimiento del personal, la observación. Dichos resultados contrastan con Sernaque J (2017) quien concluye que el 92.6% de las Mypes han establecido sistema de medición de resultados en los procesos de preparación de alimentos a través del cual se mide el rendimiento de personal, mientras que coinciden con Villacorta, E. (2019) declara que el 82% de los encuestados a través de la técnica de la observación miden el rendimiento de su personal, estos fundamentos coinciden con los datos adquiridos. Según Blog Nueva Iso 9001:2015 (2018, julio,10) en sus bases teóricas considera el sistema de control y evaluación continua como elemento de la gestión de calidad, en el que describe lo imprescindible que es tomar control a través de evaluaciones, observaciones y otros, a fin de medir el rendimiento y el grado de mejoras que se esté alcanzando. Se concluye la mayoría de los micro empresarios de las Mypes en estudio logran a través de la observación medir el nivel de rendimiento de su personal, siendo fundamental que el trabajador y/o colaborador se identifique y aprecie el trabajo que realiza y esto se muestre en óptimos resultados a través del tiempo.

Mejoras en el rendimiento del negocio

Los representantes de los restaurantes encuestados manifiestan en su totalidad (100.0%) que la gestión de calidad sí contribuye a mejorar el rendimiento del negocio,

estos resultados coinciden con Antúnez (2017) y Villacorta, E. (2019) quienes concluyen que el 59.1% y 100% de los representantes de las Mypes en cuestión respectivamente consideran y afirman la contribución en el rendimiento del negocio al implementar gestión de calidad en su operatividad. Según Ishikawa (1989) en sus bases teóricas detalla que toda empresa u organización debe seguir el modelo “primero la calidad”, ya que este asegura ganar paso a paso la confianza de los clientes y los resultados se verán en el crecimiento de las ventas, y a largo plazo las utilidades aumentarán; por lo tanto, se muestra altos niveles de rendimiento en los negocios. Se concluye la totalidad de los representantes encuestados consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Alcance de objetivos y metas de la empresa

El 100.0% de los representantes afirman que a través de la gestión de calidad se logra el alcance de objetivos y metas de la empresa, estos datos coinciden con el estudio realizado por Villacorta (2019) pues manifiesta que el 100% de las Mypes a través de la gestión de calidad ha permitido alcanzar sus objetivos y metas. Según Jurán, J. (2007) en sus bases teóricas considera que los proyectos de mejora en una empresa basados en una correcta implementación de sistemas de gestión de calidad les permite alcanzar niveles productivos en sus bienes y/o servicios viéndose los efectos en el cumplimiento de metas y objetivos de las mismas según la determinación realizada, evitando de esta manera errores y desviaciones que puedan presentarse y poder tener control de la situación. Se concluye la totalidad de los representantes de las Mypes del rubro restaurantes sí consideran que la gestión de calidad ayuda al alcance de objetivos y metas de la empresa. Definitivamente, existe una relación muy significativa y el efecto que genera esta variable en los negocios permitiendo

incremento de su capacidad productiva, solvencia económica (rentabilidad), posicionamiento, excelencia de servicio, etc.

Variable: Atención al cliente

Conocimiento sobre atención al cliente

Los representantes manifiestan en un 85% que sí poseen conocimiento sobre atención al cliente, este dato coincide con la investigación de Mendoza, G. (2015) quien a través de la encuesta realizada a 419 colaboradores en la evaluación en cuanto a las preferencias de los clientes resalta son la buena atención, el servicio rápido y los precios cómodos, he ahí la determinación del conocimiento sobre el término atención al cliente y su importancia en la administración de su negocio, al mismo tiempo Vela, M. (2018) expresa que el 70.6% muestra que la gerencia de las Mypes en este sector propician y lideran plan de atención al cliente (existe conocimiento de la variable), de la misma forma se observa coincidencia con los datos obtenidos del estudio realizado por Villacorta, E. (2019) el cual concluye el 64% de los representantes de las Mypes encuestadas poseen conocimiento sobre atención al cliente. Según Blanco citado en Pérez (2007) en sus bases teóricas la atención al cliente es considerado como toda aquella experiencia vivida en el que interviene una serie de actividades por parte de las empresas cuyo objetivo es la identificación de necesidades del cliente logrando cubrir sus expectativas. En conclusión, la mayoría de las Mypes conocen este término, denotando su importancia en la determinación de clientes (reales y potenciales) buscando su fidelización, por lo tanto, mejoras en los escenarios económicos de las empresas.

Aplica la gestión de calidad en el servicio

El 60.0% de los encuestados manifiestan que sí aplican en los servicios de atención al cliente la gestión de calidad, esta información contrasta con Mendoza, G. (2015) como puede evidenciarse en la encuesta realizada a 419 colaboradores desde su perspectiva consideran que el servicio actual no cubre totalmente los deseos del cliente, a pesar de usar el mayor esfuerzo para brindar una buena atención y servicio rápido (no aplican gestión de calidad en la prestación de servicios), mientras Villalba, S. (2016) muestra el 51% en relación a la evaluación de clientes se observa la satisfacción del servicio general del restaurante en gestión de calidad, por lo tanto existe la aplicación de este término. Así mismo se puede demostrar la coincidencia de los resultados con Antúnez (2017) y Villacorta E (2019) quienes manifiestan que el 59.1% y 100% respectivamente de los representantes de las Mypes si están aplicando gestión de calidad en sus servicios. Según Vásquez (2010) el término calidad debe ser entendido por toda la estructura orgánica a fin de que facilite a las organizaciones su competitividad en el mercado a través de la satisfacción de los clientes, excelencia en el servicio de atención, y esto tenga un efecto multiplicador en los resultados esperados y/o trazados por cada unidad económica. En conclusión, la mayoría de los representantes sí aplican gestión de calidad en los servicios brindados a sus clientes, a fin de mejorar la trayectoria y tener visión empresarial tomando como referencia que el aplicar gestión de calidad permite tener una adecuada orientación de negocio.

La atención al cliente genera retorno al negocio

El 100.0% de los encuestados muestran que la atención al cliente sí es fundamental para el retorno y/o regreso al establecimiento, estos datos coinciden con la investigación realizada por Villalba, S. (2016) donde detalla a través de la encuesta realizada a clientes de las Mypes el 97% si recomendaría el retorno al negocio, esto

refleja como indicador que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese producto de un excelente servicio basado en calidad y atención personalizada, mientras los datos obtenidos del estudio de Coronel, C. (2016) contrastan con la investigación en el que de la encuesta obtenida por los clientes el 46.6% no recomendarían el consumo de productos, y por ende no consideran que la empresa brinda una buena atención al cliente como efecto para su retorno, mientras existe coincidencia con la investigación realizada por Villacorta, E. (2019) en el que expresa el 92% de los empresarios de las Mypes si creen que la atención al cliente es fundamental para que el cliente regrese. De acuerdo a Serna, H. (2006) en sus bases teóricas refiere que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa, he ahí la estrategia que han de utilizar para generar en sus clientes el regreso al establecimiento de manera continua, logrando captación de clientes y posteriormente su fidelización. Se concluye la totalidad de los representantes de las Mypes en este rubro sí creen que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento. Finalmente, las empresas deberán proyectar su visión en aras de tener permanencia en el mercado y su posicionamiento, debido que el cliente será quien logre su determinación, pues es él quien decide sobre su persistencia.

Uso de herramientas para un servicio de calidad

El 55.0% de las Mypes utilizan la comunicación como herramienta para obtener un servicio de calidad, estos datos contrastan con Mendoza, G. (2015) en la encuesta aplicada a los clientes donde 44 de éstos consideran que las Mypes a través de la confiabilidad aseguran recibir un adecuado servicio, mientras que de la investigación de Villacorta, E. (2019) coincide que el 64% de los representantes de las Mypes usan como herramienta la comunicación. Según Blog Nueva Iso 9001:2015 (2018, julio,10)

refiere como elemento de gestión de calidad a la comunicación interna, cuyo sistema está tomando mayor relevancia a nivel organizacional, debido que toda disposición y acción a tomar incumbirá a todos tener conocimiento, por ello la importancia de generar un clima armonioso en el que los niveles jerárquicos a través de la comunicación permitan involucrar al colaborador en la consecución de objetivos estratégicos. Se concluye la mayoría de Mypes en estudio a través de la comunicación proyecta servicios de calidad.

Factores para obtener un servicio de calidad

El 50.0% de los representantes de las Mypes encuestadas consideran que para brindar un servicio de calidad como principal factor predominante es la atención personalizada, estos resultados contrastan con la investigación de Mendoza, G. (2015) donde expresa que 06 de los propietarios y/o administradores consideran como factor para obtener servicios de calidad les gustaría mejorar las instalaciones, ya que el restaurante tendría mayor afluencia de clientes, de igual manera existe discrepancia con Gutiérrez, G. (2018) quien afirma de la encuesta realizada a los clientes el 70% de éstos consideran que las Mypes a través de las instalaciones deberán ser visualmente atractivas en los restaurantes en el que se muestre la conformidad de máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva, por otro lado existe coincidencia según los estudios realizados por Antúnez (2017) en el cual detalla el 36.4% de los representantes de las Mypes se adecuan a una apropiada atención personalizada al cliente, mientras de los resultados obtenidos por Villacorta, E. (2019) contrasta con la información de la investigación, manifiesta que el 55% de las Mypes toman como factor primordial para mejorar la calidad de servicio la rapidez en la entrega de los productos. Albrecht, K. (2001) según sus bases teóricas muestra la importancia del

triángulo la filosofía del servicio, en donde detalla cuatro elementos básicos para mejorar la gestión de negocios (cliente, estrategia de servicio, personal y sistemas) éstos están enfocados e interrelacionados uno del otro y tienen como alcance de meta la satisfacción del cliente a través de la atención personalizada generando la prestación de bienes y/o servicios memorables, sin dejar de lado que la primera impresión en la atención al cliente, es lo que cuenta, por ello se deberá identificar las exigencias y/o necesidades del cliente y mostrar un trato amable y personalizado. Se concluye la mitad de los representantes utilizan como factor principal la atención personalizada para brindar un servicio de calidad.

La eficiencia de la atención al cliente

El 80.0% de los representantes de las Mypes manifestaron que brindan una buena atención a sus clientes, estos resultados coinciden con los estudios realizados por Ñahuirima, T. (2015) en el que expresa que el 44.83% de los clientes están conforme casi siempre con la calidad de servicio, en tal sentido se aprecia la atención al cliente es buena, mientras que Sandoval, .F (2015) contrasta sus resultados, en él se detalla que la MYPE presenta una deficiente atención al cliente, ya que la disconformidad se encuentra en un nivel alto de insatisfacción 81%, del mismo modo existe coincidencia ligeramente con Coronel, C. (2016) donde muestra que el 40.70% de los encuestados (clientes) están un poco satisfechos con el servicio recibido, siendo este el porcentaje más alto (regular atención al cliente), mientras existe coincidencia con Santos, K. (2017) a su vez teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la investigación se halló que el 55.7% considera que la calidad de servicio en el Restaurant el Madero, es buena, del mismo modo existe coincidencia con la investigación obtenida Villacorta, E. (2019) expresa que el 82% de sus representantes brindan una buena atención al cliente.

De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (2013) en referencia a que es lo que busca el cliente, precisa a la buena atención como elemento que logra satisfacer las necesidades del cliente, por lo tanto, se recomienda tener óptimos niveles de empatía, cortesía, confianza para poder mantener y manejar la relación empresa-cliente. En conclusión, la mayoría de las Mypes brindan buena atención al cliente. Finalmente, hoy en día las empresas deben persistir en salvaguardar niveles satisfactorios en la prestación de servicios.

Logros obtenidos

Dentro de los resultados obtenidos el 35.0% de los representantes de las Mypes en estudio expresan que han logrado el incremento en las ventas brindando una buena atención al cliente, esto difiere con Mendoza, G. (2015) en su encuesta manifiesta 67 clientes se encuentran satisfechos con la prestación de servicios (logro obtenido: clientes satisfechos), pues la comida es buena y los precios accesibles, al igual existe contrastación con Villalba, S. (2016) el 55% de los clientes declaran que se encuentran de acuerdo al servicio brindado teniendo la satisfacción de sus necesidades, en cuanto a los estudios realizados por Antúnez (2017) y Villacorta, E. (2019) éstos coinciden se muestra el 59.1% y 36% respectivamente, en el cual afirman que la atención al cliente ha generado aumento de ventas para el negocio. Según Sánchez (2010) la atención al cliente se muestra como un arma que genera competitividad y diferenciación entre empresas, siendo tan necesaria su implementación ante la abrumante demanda de mercado y oferta de bienes y/o servicios con similares características, permitiendo a los directivos el manejo correcto para el logro de sus objetivos, tales como incremento de ventas y el impacto que genera en la rentabilidad de la empresa y su ventaja

competitiva en el mercado. Se concluye la mayoría relativa de los representantes han logrado incrementos en las ventas, producto de una buena atención al cliente.

Impacto de la atención al cliente en la gestión de calidad

El 100% de las Mypes encuestadas expresan que la atención al cliente es un factor importante para la gestión de calidad, estos datos coinciden con Sandoval, F. (2015) en su investigación revela la relación del sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente, teniendo una correlación inversa ($r=-0.425$) entre las dos variables propuestas, siendo una relación estadísticamente significativa ($p=0.000$). La correlación inversa evidencia que a una falta de sistema de gestión de la calidad se da un deficiente nivel de atención al cliente, a un adecuado sistema de gestión de la calidad se da un excelente nivel de atención al cliente. Colunga, C. (1995) manifiesta que el término calidad se ha convertido en un factor relevante y de suma importancia en las empresas, dado que se expresa en los beneficios alcanzados como incremento en la satisfacción de clientes, excelencias en atención al cliente, dotación de herramientas para mejoras en gestión. En conclusión, la totalidad de los representantes de las Mypes consideran que la atención al cliente es un factor relevante para la gestión de calidad. Finalmente, el efecto que genera estas variables facilita y suma a los Micro emprendedores entender cómo se puede obtener ventajas competitivas en el mercado con la aplicación de estas técnicas administrativas.

Relación entre atención al cliente y su satisfacción

El 100.0% de los encuestados manifiestan que la variable en estudio atención al cliente es considerado como un factor relevante para mejorar el nivel de satisfacción de los clientes, esta información coincide con Santos, K. (2017) en el que se observa la correlación entre las variables (Gestión de calidad y satisfacción del cliente) esto se

ha determinado a través de la prueba estadística de 0.577, mientras que Sernaque, J. (2017) expresa que el 88.9% de las Mypes han establecido logros, criterios y estrategias, las cuales forman parte del servicio a brindar. De acuerdo a las bases teóricas de Kotler y Keller (2010) consideran la satisfacción como la sensación de placer o decepción como resultado del cumplimiento de las expectativas y necesidades del cliente, en el sentido que si los resultados esperados superan las perspectivas, el cliente queda muy satisfecho. Se concluye la totalidad de los representantes de las Mypes sí consideran que la atención al cliente es un factor relevante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente. En definitiva, la satisfacción al cliente y su medición facilitará a las empresas determinar el nivel de aprobación que logra obtener en el mercado con la oferta de bienes y/o servicios.

Eficacia en la mejora de atención al cliente

El 45.0% de las Mypes encuestadas a través de la amabilidad han logrado mejorar la atención al cliente, estos resultados contrastan con Mendoza, G. (2015) donde manifiesta que 118 clientes tomados como muestra emite su opinión que no se brinda una atención de manera amable, existiendo retrasos en el servicio, mientras que Villalba, S. (2016) y Coronel, C. (2016) a través de sus resultados coincide con la investigación y revela que el 38% y 41.6% respectivamente, los clientes encuestados están totalmente de acuerdo en que el personal fue amable y respetuoso en la prestación del servicio, caso contrario con los estudios de Gutiérrez, G. (2018) en el que contrasta y revela el 41% de clientes encuestados tienen la percepción de no estar de acuerdo con el trato, pues no se muestra amabilidad en los servicios ofertados. Según Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (2013) menciona que existen diversos aspectos en los que intervienen y repercute la atención de calidad en el cliente,

dentro de sus aspectos conductuales sobresale la amabilidad y cortesía, destacando que hoy en día los clientes a través de sus exigencias no requieren solo de la oferta de productos y servicios de manera genérica, sino se necesita de un trato confiable, amable, cortés que facilite la reproducción constante de visitas al negocio. En conclusión, la mayoría relativa de los microempresarios en este sector y rubro consideran que la amabilidad suma importancia en la atención al cliente para lograr mejoras productivas. El cliente de hoy en día, busca un trato personalizado y amable añadido a la prestación de servicios y/o comercialización de bienes, siendo necesario entrenar al personal a fin de mantener esta cualidad que permitirá mantener larga relación de empresa-cliente.

Uso de estrategias para satisfacción del cliente

El mejorar la calidad del producto y/o servicio es considerado por los representantes de las Mypes como una de las principales estrategias que utiliza para la satisfacción de las necesidades del cliente representado por el 45.0%, dichos resultados contrastan con Villacorta, E. (2019) quien refiere que el 55% de los representantes de las Mypes utilizan como estrategia la rapidez en la atención. Se concluye la mayoría relativa utilizan como estrategia el mejorar la calidad del producto y/o servicio para lograr satisfacer las necesidades del cliente.

Ventajas que obtiene la empresa

El 55.0% de los representantes de las Mypes consideran haber obtenido como ventaja la rentabilidad al brindar una buena atención al cliente, estos datos contrastan con Antúnez (2017) el cual indica como ventaja obtenida al brindar una buena atención, la captación del cliente, como producto del buen trato, servicio de calidad,

priorización de tiempo de espera (37.1%). En conclusión, la mayoría de los microempresarios han obtenido como ventaja al brindar una buena atención al cliente niveles óptimos de rentabilidad.

Uso de normas para mejorar la atención al cliente

El 55.0% de los encuestados consideran como norma que emplean para la mejora en la atención al cliente se realiza a través de la ley de protección al consumidor, teniendo como base que los clientes deberán acceder a la protección de sus derechos y éstos puedan adquirir bienes y/o servicios idóneos a su demanda; debido a la investigación realizada en las micro y pequeñas empresas éstas por desconocimiento y su reducida capacidad económica no utilizan otro tipo de normas de gestión de calidad. En los estudios realizados por Coronel, C. (2016) concluye y recomienda al restaurante en estudio Pizza Hut, como medida y plan de acción para la adquisición de la acreditación de calidad ISO 9001, dado su mayor nivel productivo y capacidad económica de éste en el mercado. Se concluye que la mayoría de las Mypes del rubro restaurantes utilizan como norma para mejorar la atención al cliente a través de la ley de protección al consumidor.

PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación, se ha creído conveniente la elaboración de una propuesta de mejora, a través del presente se tomará acciones en base a las debilidades detectadas.

1. Datos generales de las Mypes investigadas

Nombre o razón social:

- Restaurant Buen Sabor
- Restaurant Karinas
- Restaurant Picanteria La Cabaña
- Restaurante El Inca
- Restaurant Primavera
- Restaurant Picanteria La Ramadita
- Disco Bar Restaurant Biloco
- Macchiato Café Restaurant
- Restaurant Marco Antonio
- Restaurante Picantería Renzo
- Rest.Marisqueria Valle el OASIS
- Restaurant Panchita
- Restaurante Marisquería Lives
- Restaurant Polleria El Gordo
- El Chepe Restaurant
- Bar Restaurant El Gato Negro
- El Moche Restobar
- Restaurant Joel
- Restaurant Polleria Ricardo
- Restaurant Campestre Santa Maria

Sector: Servicios

Rubro: Restaurantes

Dirección: Centro Poblado san Martin de Porres, Distrito San José.

2. Misión

Como propuesta de plan de mejora, se empezará por la declaración de la misión empresarial a fin de determinar las funciones básicas a desempeñar y éste debe ser comunicado a todos los miembros de la organización. Se ha tomado la declaración de misión, para las Mypes estudiadas sector servicios, rubro restaurantes:

Ser una empresa dedicada a brindar excelencia en el servicio gastronómico y atención al cliente con precios razonables brindando un trato amable, personalizado con la más alta calidad buscando satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes a través de un ambiente seguro, limpio y agradable.

3. Visión

Ser catalogados como el mejor restaurante a nivel de Distrito reconocidos por su capacidad productiva, competitividad e innovación dedicada a la satisfacción plena de los clientes, a través de los servicios gastronómicos caracterizado por el buen sabor de los productos, calidad y excelencia en el servicio de atención al cliente en un ambiente placentero apoyados por personal altamente calificado.

4. Objetivos

- Incrementar calidad en los productos y/o servicios brindados.
- Lograr el posicionamiento de la empresa y conseguir convertirse como el principal dentro del sector servicios, rubro restaurantes.
- Mejorar el protocolo de servicio al cliente.
- Atraer mayor número de consumidores y lograr su fidelización.
- Realizar planes de marketing a fin de tener mejoras en los canales de comunicación y de esta manera generar permanencia en la relación empresa-cliente.
- Brindar un servicio gastronómico único e inolvidable con altos estándares de calidad y excelencia en atención al cliente.

5. Productos y/o servicios

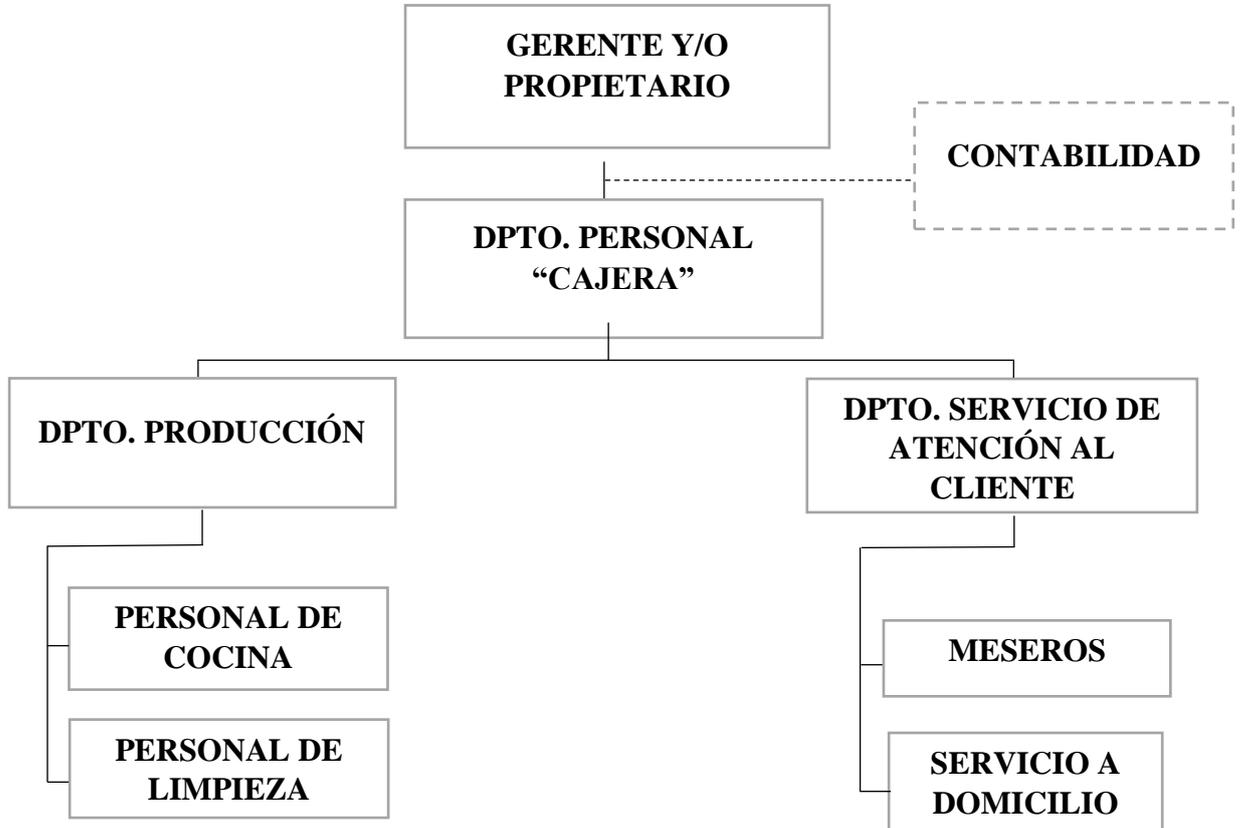
Productos:

Los productos que se ofrecen en los restaurantes principalmente son alimentos y bebidas, los mismos que son ofertados a través del servicio de alimentación conocido como menú y mediante platos a la carta. Dentro del grupo de alimentos encontramos: entradas, ensaladas, guarniciones, platos fuertes, carnes, postres y helados; y dentro del grupo de bebidas destacan: refrescos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas. La preparación y mezcla de sabores y texturas permitirá a las empresas de este rubro la diferenciación y definirá las preferencias de los usuarios, permitiéndoles disfrutar de productos de gran calidad sumado a ello excelencia en el servicio y comodidad.

Servicios: Los restaurantes prestan servicios de atención al cliente dicho proceso empieza desde que el consumidor ingresa al establecimiento y concluye con el retiro del mismo, después de haber realizado el consumo de alimentos. El rol que asume los colaboradores suma relevancia importancia lo que genera una experiencia única haciendo sentir a los clientes que su satisfacción es lo primordial, estos servicios están asociados al escenario donde se realiza la prestación caracterizado por un ambiente acogedor, limpio, con horarios amplios, adecuados tiempos de espera, música ambiental, acceso a servicios higiénicos, servicios deliverys, etc.

6. Organigrama de la empresa

Modelo y/o propuesta de estructura orgánica para las Mypes investigadas.



7. Diagnóstico general

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento económico moderadamente bueno, producto del fuerte poder adquisitivo del segmento de mercado. - Se presenta mayor oportunidad de inversión para el impulso de productos y/o servicios de mayor calidad. - Se logra mayor fidelidad en cierta parte de los clientes como producto del constante retorno al establecimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aparición de nuevos competidores con mucha mayor capacidad productiva y agresividad vía precio. - Cambios e impacto de la legislación que rige a las Mypes del rubro restaurantes. - Incremento desmesurado de precios en relación a insumos, materiales y otros. - Vulnerabilidad en el sector económico, generando desbalance en sus facturaciones.
Fortalezas	Estrategias F-O	Estrategias F-A
<ul style="list-style-type: none"> - Gran demanda de consumo en el rubro restaurantes. - Variedad y diversificación en los productos ofrecidos (menús diarios y platos a la carta) - La ubicación en zonas estratégicas ha permitido mayor acceso de consumidores a través de un ambiente acogedor. - Precios accesibles en función a las necesidades del cliente. - Mejor tiempo de vida y/o permanencia en el sector. - La atención al cliente es a través de un trato personalizado y amable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovechar al máximo la demanda de mercado a fin de lograr niveles óptimos de productividad caracterizado por calidad y el buen servicio a través del desarrollo de nuevos productos y/o servicios y alcanzar la expansión de presencia en el mercado. - Fidelizar a los clientes con una atención personalizada que permita garantizar seguridad y confort en la prestación de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar un mapa de posicionamiento que permita identificar las metas trazadas en base a las fortalezas que se posee y evaluar a la competencia, buscando aportar algo diferente e innovador y cubrir las necesidades del cliente en un tiempo determinado. - Reconocer y asumir el cambio y/o variaciones de la normatividad, a fin de estar acorde a ley y permita la fluidez en la administración del negocio. - Evaluar el mercado y sus constantes fluctuaciones, estar alertas ante variaciones que resultan preocupantes.
Debilidades	Estrategias D-O	Estrategias D-A

<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa por parte de los colaboradores de la empresa. - Ausencia por desconocimiento de mayor utilización de herramientas y estrategias para mejorar la calidad. - Falta de planes de marketing que permita tener un análisis de mercado, competencia y tener una previsión de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenar al personal (colaboradores) a través de talleres, capacitaciones y promover la auto participación a fin de que su esfuerzo genere un indicador diferenciador y rentable en la empresa. - Crear y generar el sentimiento de pertenencia en los colaboradores y estar en constante motivación que les permita el uso de herramientas y mejoras en sistema de calidad y servicio de atención al cliente, siendo determinante planes de acción y control permanente a través de monitoreos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar sistemas de control de calidad a fin de elevar los niveles de satisfacción del cliente interno y externo de la organización visualizando y atacando los puntos débiles de la competencia. - Los representantes de las Mypes deberán aprovechar racionalmente los diferentes recursos para el incremento de rentabilidad. - Reducir los niveles de vulnerabilidad frente a competidores reforzando la fuerza laboral productiva y lograr mayores márgenes de ganancias para la expansión y aplicación de nuevas oportunidades en el mercado. - Realizar una propuesta del plan de marketing para mejorar los niveles de comunicación y estrategia de ventas.
--	---	--

8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la mype
Técnicas modernas de gestión de calidad	Los representantes de las Mypes conocen en mayor proporción la atención al cliente como técnica moderna de gestión de calidad, existiendo escasa noción y comprensión de otras técnicas que les facilite y brinde mayor fluidez en las mejoras de los niveles de calidad en la prestación de bienes y/o servicios.
Dificultad y/o inconvenientes	La mayoría de los trabajadores tienen poca iniciativa para asumir la implementación de gestión de calidad, siendo un problema que ha de ser superado inmediatamente y buscar la integración y compromiso de los colaboradores.

Medición del rendimiento y/o productividad	La observación es utilizada por la mayoría de las Mypes estudiadas, siendo necesario conocer e implementar a través de otras técnicas que facilite con mayor precisión la evaluación y control del rendimiento del personal.
Uso de herramientas para un servicio de calidad	Las Mypes sí utilizan herramientas para mejorar la calidad en sus servicios a través de la comunicación y confianza, pero en mayor participación a través de la comunicación.
Eficacia en la mejora de atención al cliente	A través de la amabilidad las Mypes del rubro restaurantes han logrado mejorar la atención al cliente, siendo fundamental la inclusión de otras maneras de mejorar el servicio de atención.
Uso de estrategias para satisfacción del cliente	Los restaurantes a través de la mejora de calidad del producto y/o servicio han alcanzado la satisfacción de las necesidades del cliente, siendo recomendable experimentar otras opciones que permita entender y satisfacer siempre al cliente.
Uso de normas para mejorar la atención al cliente	A través de la ley de protección al consumidor, las Mypes han mejorado la atención a sus clientes, no teniendo el uso de estándares de calidad a través de Isos por el grado de dificultad para su certificación, ya que éstas son micro y pequeñas empresas.

9. Problemas

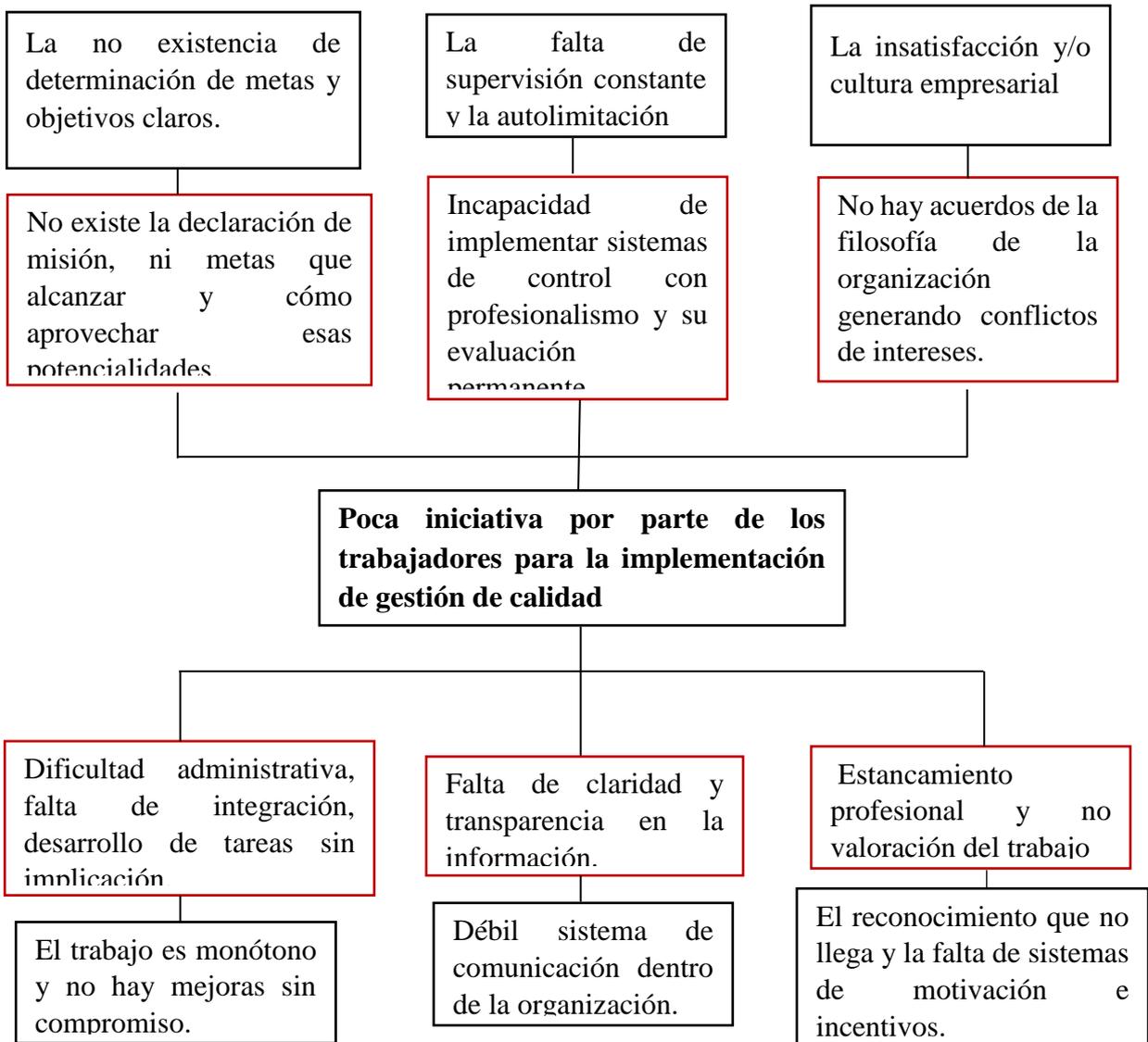
Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Técnicas modernas de gestión de calidad	Escasa noción y comprensión de otras técnicas de gestión de calidad (Sólo la atención al cliente tiene mayor participación en las Mypes)	Esto se presenta debido a la falta de orientación y capacitación en técnicas administrativas y sistemas de gestión de calidad en los representantes y/o administradores de las Mypes restringiendo comprender la importancia del mismo en su enfoque al cliente.
Dificultad y/o inconvenientes	Poca iniciativa por parte de los trabajadores para implementar sistemas de gestión de calidad	Generado por la falta de motivación, desinterés, ausencia de compromiso de la organización hacia sus colaboradores.

Medición del rendimiento y/o productividad	Empleo de una sola técnica	Por la facilidad que les ha permitido la evaluación del desempeño de su personal, a través de la observación no se ha implementado más técnicas complejas y completas para el control respectivo.
Uso de herramientas para un servicio de calidad	Limitación de herramientas, por desconocimiento y el factor miedo de no tener respuesta favorable	A través de la comunicación por su mayor participación en las Mypes han logrado mejorar la calidad en los servicios, existiendo limitaciones de asumir nuevos retos e implementarlos en su administración de negocio para mejorar los niveles de calidad en función de las exigencias del cliente.
Eficacia en la mejora de atención al cliente	Limitación de búsqueda de mejoras en la atención al cliente	Sólo a través del elemento amabilidad logran mejorar la atención al cliente, debiendo explorar otras opciones técnicas y administrativas que permita profesionalmente mejorar la prestación del servicio.
Uso de estrategias para satisfacción del cliente	Basados en un sólo enfoque y no existe implementación de otras estrategias	Sólo suman esfuerzos para mejorar la calidad del producto y/o servicio y se limitan a tomar superiores acciones que incrementan la satisfacción del cliente, teniendo en referencia que el cliente debe obtener el mejor servicio posible.
Uso de normas para mejorar la atención al cliente	Inconvenientes por su complejidad para el uso de normas	Las Mypes del rubro restaurantes se abstiene al empleo de normas de gestión de calidad para mejorar la atención al cliente por el grado de complejidad y dado su capacidad productiva éstas sólo lo hacen a través de la ley de protección al consumidor.

10. Causas

Causas y efectos principales

Causas y efectos secundarios



11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Técnicas modernas de gestión de calidad	Escasa noción y comprensión de otras técnicas de gestión de calidad	Capacitación y/o talleres constantes a fin de generar mayor conocimientos sobre el uso de técnicas de gestión de calidad y poder implementarlas en la administración del negocio de acuerdo a la situación que más se adecue.
Dificultad y/o inconvenientes	Poca iniciativa por parte de los trabajadores para implementar sistemas de gestión de calidad	Mostrar interés por las personas que laboran en la organización a través de la creación de sistemas de reconocimiento y recompensa laboral, incentivos y motivación permanente.
Medición del rendimiento y/o productividad	Empleo de una sola técnica (La Observación)	Que los representantes de las Mypes adquieran mayor conocimiento a través de cursos, talleres, charlas y/o capacitación sobre otras técnicas para medir el rendimiento de personal con mayor precisión y profesionalismo, tales como la evaluación, escala de puntuaciones, evaluación de 360°, etc.
Uso de herramientas para un servicio de calidad	Limitación de herramientas, por desconocimiento y el factor miedo de no tener respuesta favorable	Reforzar las habilidades del personal en atención al cliente a fin de explorar otras opciones para mejorar la calidad de servicio a través de la comunicación, confianza y retroalimentación.
Eficacia en la mejora de atención al cliente	Limitación de búsqueda de mejoras en la atención al cliente (Emplea solo la amabilidad)	Entrenar y formar sobre capacidades de servicio, siendo necesario que el personal que entra en contacto con el cliente muestre mayor conocimiento en atención al cliente.

Uso de estrategias para satisfacción del cliente	Basados en un sólo enfoque y no existe implementación de otras estrategias	Crear un plan de servicio al cliente, que permita la satisfacción del mismo a través de mejoras en la calidad el bien y/o servicio, innovación, rapidez en la atención, adecuación del producto a las exigencias del cliente, etc.
Uso de normas para mejorar la atención al cliente	Inconvenientes por su complejidad para el uso de normas	Establecer parámetros de medición de calidad a través de encuestas a los clientes, así mismo crear reglamentos internos que permita e incluya la mejora de atención al cliente respetando sus derechos como consumidor.

12. Recursos para la implementación de las estrategias

- Recursos humanos
- Tiempo

N°	Acción de mejora	Responsables- Recursos humanos	Tiempo
1	Capacitación y/o talleres constantes a fin de generar mayor conocimientos sobre el uso de técnicas de gestión de calidad y poder implementarlas en la administración del negocio	Contratación de asesorías externas especializadas, bajo la responsabilidad del representante de las Mypes	Semestral (02 veces al año)
2	Creación de sistemas de reconocimiento y recompensa laboral, incentivos y motivación permanente	Representantes de las Mypes rubro restaurantes	Mensual (Cada 30 días)
3	Adquisición de mayor conocimiento a través de cursos, talleres, charlas y/o capacitación sobre otras técnicas para medir el rendimiento de personal	Representantes de las Mypes rubro restaurantes	Semestral (02 veces al año)
4	Reforzar las habilidades del personal en atención al cliente a fin de explorar otras opciones para mejorar la calidad	Representantes de las Mypes rubro restaurantes	Trimestral (Cada 03 meses)

5	Entrenar y formar sobre capacidades de servicio	Representantes de las Mypes rubro restaurantes	Trimestral (Cada 03 meses)
6	Crear un plan de servicio al cliente	Representantes de las Mypes rubro restaurantes	Anual
7	Establecer parámetros de medición de calidad a través de encuestas a los clientes, así mismo crear reglamentos internos	Representantes de las Mypes rubro restaurantes	Anual

VI. Conclusiones

Terminada la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

Respecto a las principales características de los gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas

- La mayoría de los representantes legales de las Mypes del rubro restaurantes (55.5%) tienen una edad que oscila entre 31-50 años, son de género femenino (70.0%), tienen grado de instrucción educación básica (75.0%), la totalidad (100.0%) de los representantes de las Mypes son dueños de sus negocios y al mismo tiempo asumen funciones de administración, finalmente la mayoría relativa (40.0%) tienen una permanencia en el cargo de 4 a 6 años.

Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas

- La mayoría relativa de los restaurantes (40.0%) en cuanto a los años de funcionamiento en el mercado tienen de 4 a 6 años, la mayoría (95.0%) tienen de 01 a 05 trabajadores en el negocio, la mayoría (90.0%) de las personas que laboran en sus empresas tienen vínculo familiar (familiares) y por último la mayoría de los restaurantes fueron creados con el objetivo de generar ganancias (80.0%).

Respecto a 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

- La mayoría de los representantes de las Mypes (65.0%) tienen conocimiento del término gestión de calidad, al mismo tiempo la mayoría (75.0%) afirman conocer la atención al cliente como técnica de gestión de calidad, la mayoría (60.0%) poseen dificultades en sus trabajadores lo que impide la implementación de gestión de calidad, éstos tienen poca iniciativa, la mayoría (90.0%) conocen como técnica para medir el rendimiento del personal a través de la observación, la totalidad (100.0%) de las Mypes

contribuyen a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de la calidad, del mismo modo la totalidad (100.0%) consideran que la gestión de calidad sí ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa.

La mayoría (85.0%) conocen el término de atención al cliente, a la vez la mayoría (60.0%) aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, la totalidad de los representantes de las Mypes (100.0%) creen fundamental la atención al cliente para que éste regrese al establecimiento, la mayoría (55.0%) utilizan la comunicación como herramienta para obtener un servicio de calidad, la mitad de las Mypes (50.0%) ofrecen atención personalizada como principal factor para brindar un servicio de calidad, la mayoría (80.0%) de los restaurantes brindan una buena atención al cliente, la mayoría relativa (35.0%) han obtenido incremento en las ventas como resultado de haber brindado una buena atención al cliente, la totalidad (100.0%) consideran la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad, del mismo modo la totalidad (100.0%) de los representantes de las Mypes consideran que la atención al cliente es un factor relevante para mejorar los niveles de satisfacción en el cliente, la mayoría relativa (45.0%) a través de la amabilidad han mejorado la atención al cliente, la mayoría relativa (45.0%) han mejorado la calidad del producto y/o servicio siendo éste una estrategia que utilizan para la satisfacción de las necesidades del cliente, la mayoría (55.0%) han logrado la rentabilidad como ventaja de brindar una buena atención al cliente y por último la mayoría (55.0%) utilizan dentro de su empresa como normas para mejorar la atención al cliente, la ley de protección al consumidor.

Aporte científico del investigador:

En la investigación realizada se pudo apreciar que los micro y pequeños empresarios del sector servicios rubro restaurantes del Centro Poblado San Martín de Porres, cuentan con gran ventaja competitiva por la constante demanda del servicio ofertado y la gran acogida obtenida por estar situados en una zona comercial con mayor y gran afluencia de clientes, sin embargo debido al poco conocimiento de sistemas de calidad para su implementación y técnicas modernas de administración en referencia a atención al cliente, a través de las mejoras a realizar estipulados en el plan de mejora, las Mypes deberán tomar inmediatamente acciones respectivas, a fin de maximizar ventas y lograr la rentabilidad a largo plazo.

Esta investigación brinda aporte a las Mypes, porque les permitirá:

- Mejorar la calidad de servicio brindada a los clientes, teniendo un trato amable y personalizado, a través de la rapidez en el servicio, determinación exacta y fijación de precios en relación con el servicio ofrecido, permitirá ampliar la variedad de productos en la carta, mejorar la calidad de los platillos, mejorar la comodidad y ambiente del establecimiento, mejor imagen y reputación de la empresa.
- Así mismo permitirá a las Mypes tomar conciencia de mejorar y fijar claramente sus objetivos a través de un gran equipo de trabajo que les permita el alcance de metas y resultados.
- Al mejorar la calidad en la prestación de servicio y atención al cliente favorecerá relativamente en la obtención de mayores ingresos, generando ser un negocio rentable, facilitando con el tiempo solicitud de créditos ante sistemas financieros formales con líneas de créditos acordes a la realidad y

necesidad, permitiendo atender los compromisos de pagos y realización de inversiones adecuadas.

Por último, esta investigación facilitará en mayor proporción beneficios al cliente (consumidor) del sector y rubro estudiado, dado que todas las mejoras que realicen las Mypes repercutirá directamente hacia ellos. Por tal razón el cliente obtendrá los siguientes beneficios:

- Cumplimiento de expectativas e incremento de satisfacción de necesidades
- Variedad y diversificación de productos
- Incremento en los niveles de calidad del bien y servicio
- Disminución de quejas y reclamos.

Aspectos Complementarios

RECOMENDACIONES

- Mejorar el compromiso de los empleados a fin de generar un panorama flexible que les permita tener iniciativa laboral propia, autoconfianza, actuar de manera rápida y proactivamente, adaptación a las diversas situaciones; todo ello a través de la comunicación de metas, acceso a información, incorporación de la motivación y el sentido de pertenencia, incentivos, celebración de logros, etc.
- Realizar talleres y/o capacitaciones periódicamente en atención al cliente y gestión de calidad, cuyo objetivo sea ampliar conocimientos de nuevas técnicas para su aplicación y el desarrollo de mejoras prácticas en el servicio de atención al cliente y su impacto en la satisfacción de necesidades, así mismo permita la búsqueda de nuevas formas de comunicación que contribuya a mejorar el contacto con el cliente, mejorar estándares de calidad, del mismo modo facilitará la identificación de deficiencias a lo largo de la operatividad del negocio.
- Realizar constantemente monitoreos de la calidad en los servicios brindados, a fin de que los representantes, dueños y/ administradores de las empresas estén pendientes de brindar una buena atención al cliente y de esta manera obtener mayores resultados en la satisfacción de clientes, posicionamiento de la empresa, fidelización de clientes, incremento en las ventas, y por ende rentabilidad.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez (2006). *Introducción a la calidad. Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad*. Primera edición. Ideas propias Editorial.España.p.p.5.Recuperadode:
https://www.academia.edu/13639200/INTRODUCCI%C3%93N_A_LA_CALIDAD_Aproximaci%C3%B3n_a_los_Sistemas_de_Gesti%C3%B3n_y_Herramientas_de_Calidad
- (Anderson y Otros, (1993) pg.25). Citado en Tesis para obtener título de licenciada en Administración: “*LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA AVE FENIX S.A.C EMTRAFESA - GUADALUPE: 2015*”. Disponible en: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/2060>
- Antúnez (2017). “*Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*” (tesis de pregrado) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huarmey.
- Blog Calidad y excelencia (2015). “*Norma Iso 22000: Explicación completa del contenido*”. (30.06.2015). Recuperado de: <https://www.isotools.org/2015/06/30/norma-iso-22000-explicacion-completa-de-su-contenido/>
- Blog Nueva Iso 9001:2015 (2018). *¿Conoce los conceptos básicos de la gestión de calidad?* (10 de julio del 2018).Disponible en: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/07/conoce-conceptos-basicos-gestion-de-calidad/>
- Boletín Informativo Laboral, N° 85, enero 2019. *RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*. Disponible en:

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf

- Cabeza, I. (2013). *Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de aprovisionamiento*. HOTR0408. Málaga, España: IC Editorial. Recuperado de: <https://www.iceditorial.com/cocina-hotr0408-hot0932/4188-ofertas-gastronomicas-sencillas-y-sistemas-de-aprovisionamiento-mf02592-9788483644515.html>
- Cámara de Comercio Franco Chilena (2016). “*Los restaurantes en Chile*”. *Disponible en:* <https://www.camarafrancochilena.cl/noticias/n/news/los-restaurantes-en-chile.html>
- Camp, Robert C. (1993). *Benchmarking*, Editorial Panorama Editorial S.A., México. Recuperado el 04 de octubre del 2019, de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/04CA201702.pdf>.
- Carlos Colunga Dávila (1995). “La calidad en el servicio”. Editorial Panorama, 1995. p.25. Recuperado de: https://books.google.com/books/about/La_calidad_en_el_servicio

Anexos:

Anexo N° 01: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

Gestión de calidad y atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresa del sector servicios, rubro restaurantes en el Centro Poblado San Martín de Porres, Distrito de San José, Provincia San José, 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

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

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

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

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

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

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

13. ¿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

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

- a) Si
- b) No

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

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

2.2.REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: ATENCIÓN AL CLIENTE

16. ¿Conoce el término atención al cliente?

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

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

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

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

- a) Si
- b) No

19. Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.

- e) Comunicación
- f) Confianza
- g) Retroalimentación
- h) Ninguno

20. Principales factores para brindar un servicio de calidad en su empresa

- e) Atención personalizada
- f) Rapidez en la entrega de los productos
- g) Las instalaciones
- h) Ninguna

21. La atención que brinda a los clientes es:

- d) Buena
- e) Regular
- f) Malo

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

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

23. ¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para la gestión de calidad?

- a) Si
- b) No

24. ¿Considera Ud. que la atención al cliente es un factor relevante o importante para mejorar el nivel de satisfacción al cliente?

- a) Si
- b) No

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

- a) Amabilidad
- b) Capacitación al colaborador
- c) Información al cliente
- d) Todas las anteriores

26. ¿Qué estrategias utiliza Ud. para satisfacer las necesidades del cliente?

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

27. ¿Qué ventajas tendrá la empresa al brindar una buena atención al cliente?

- a) Rentabilidad
- b) Buena imagen
- c) Fidelización
- d) Captación del cliente

28. ¿Qué normas utiliza su empresa para mejorar la atención al cliente?

- a) Normas Iso 9001-2015
- b) Reglamento de la empresa
- c) Ley de protección al consumidor
- d) Ninguna

Anexo N° 02: Gráficos

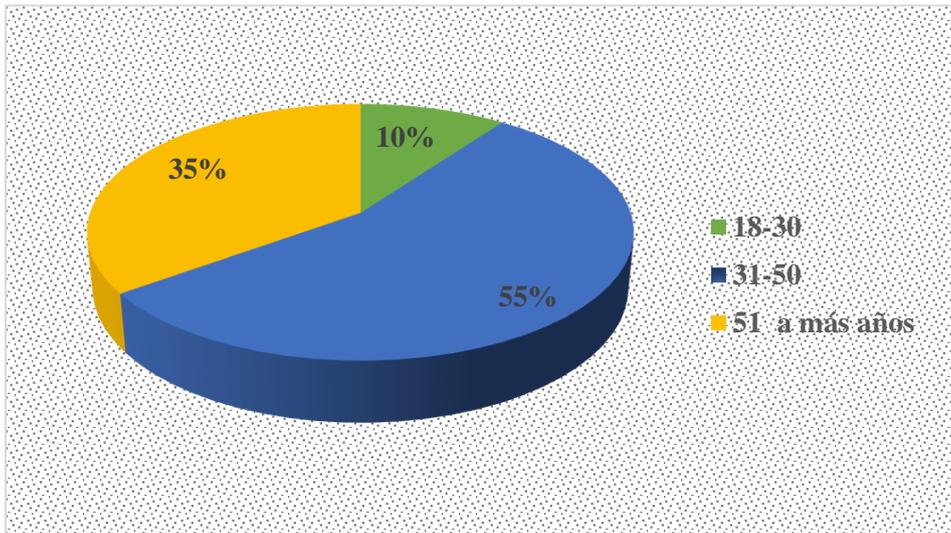


Figura 1: Edad

Fuente: Tabla 01

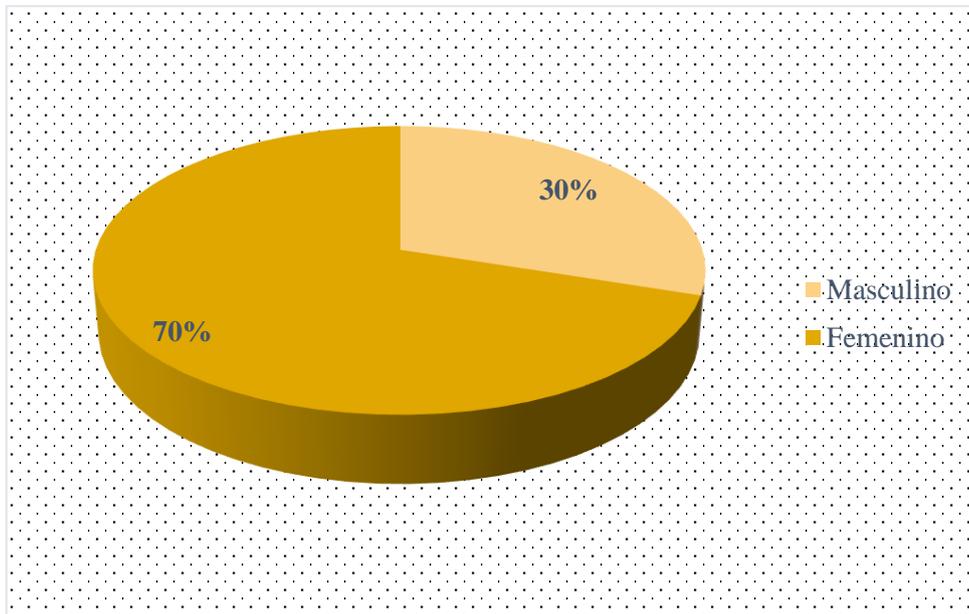


Figura 2: Género

Fuente: Tabla 01

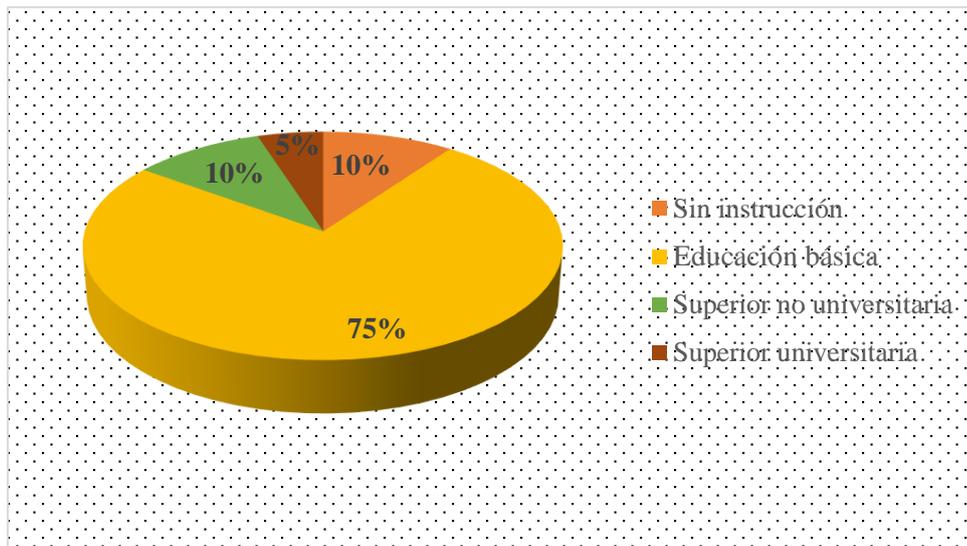


Figura 3: Grado de instrucción

Fuente: Tabla 01

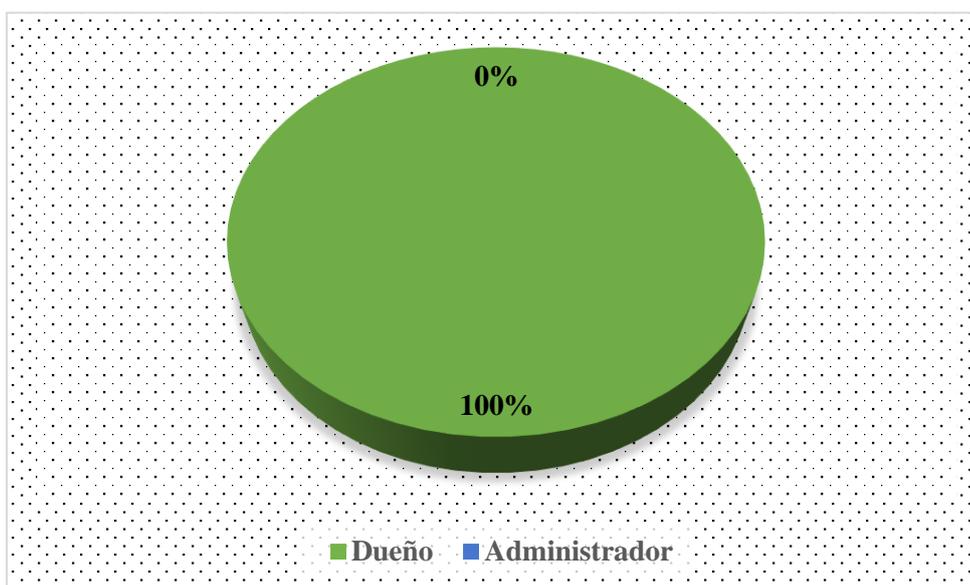


Figura 4: Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 01

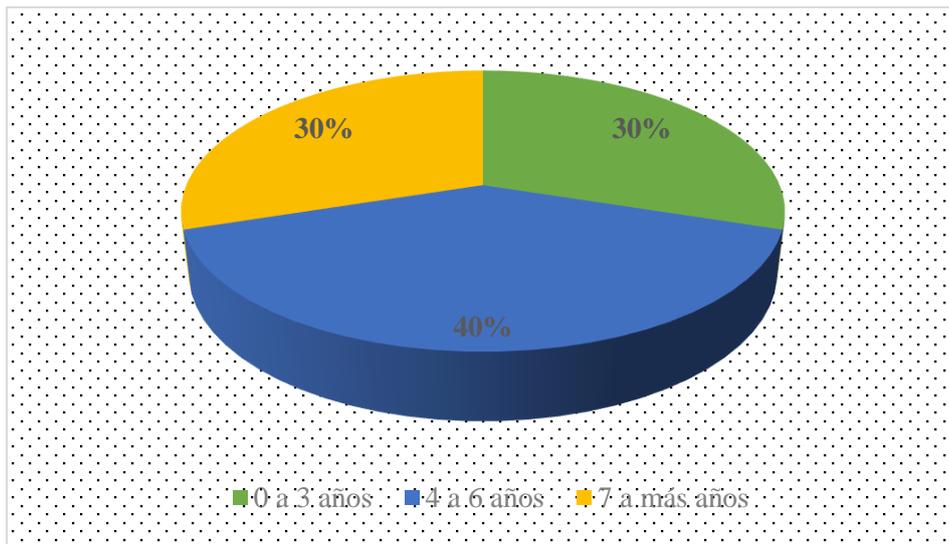


Figura 5: Tiempo en el cargo

Fuente: Tabla 01

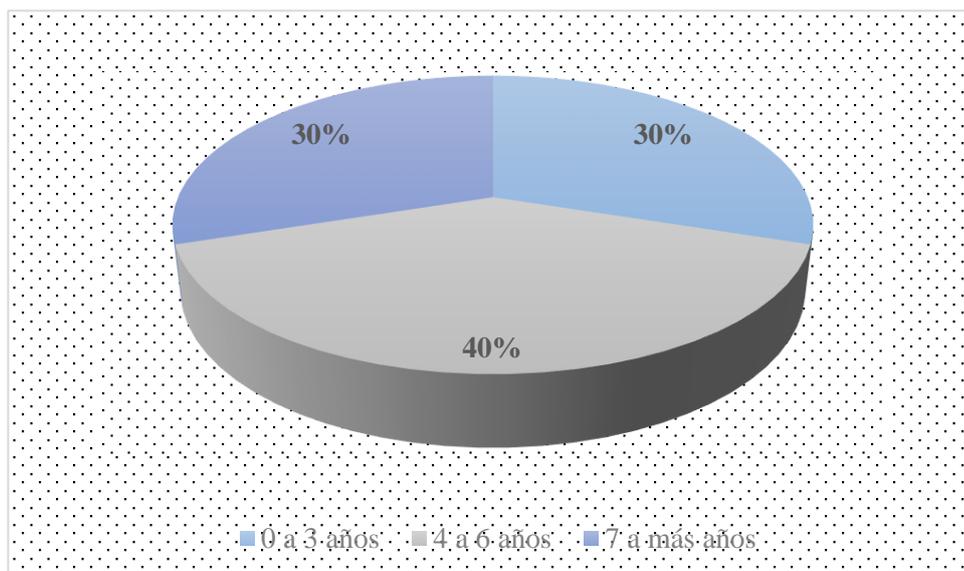


Figura 6: Años de funcionamiento

Fuente: Tabla 02

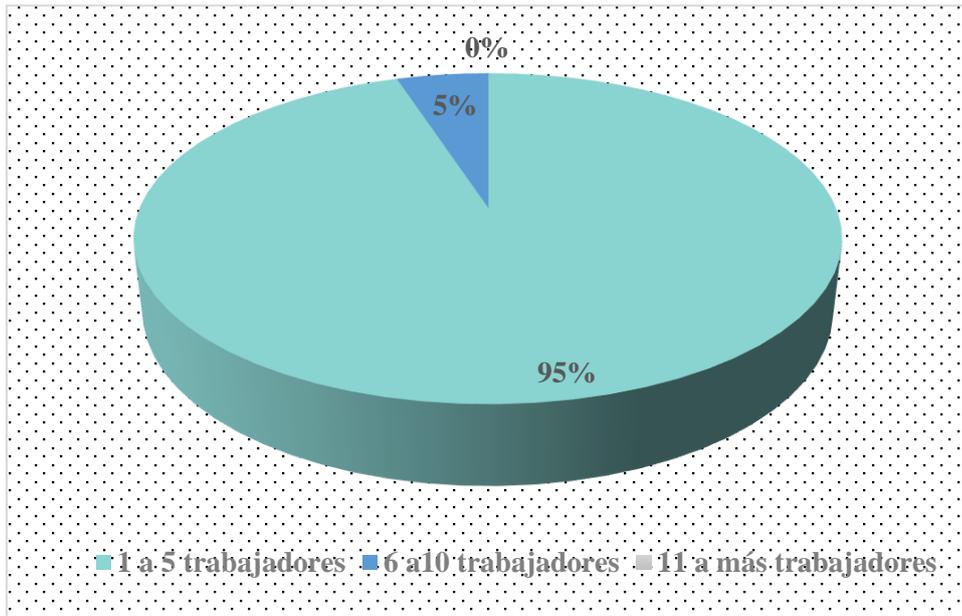


Figura 7: Número de trabajadores

Fuente: Tabla 02

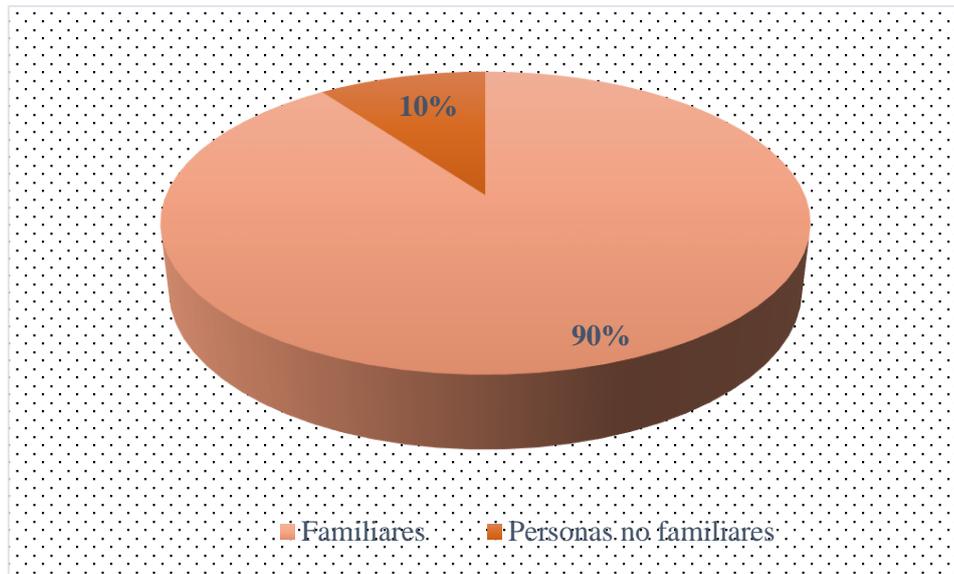


Figura 8: Tipo de relación con el colaborador

Fuente: Tabla 02

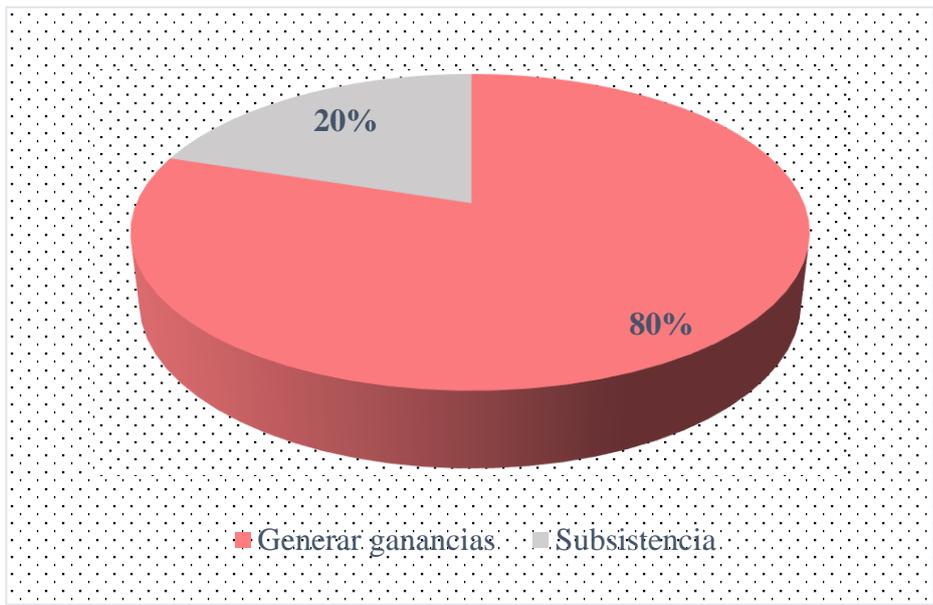


Figura 9: Objetivo de creación

Fuente: Tabla 02

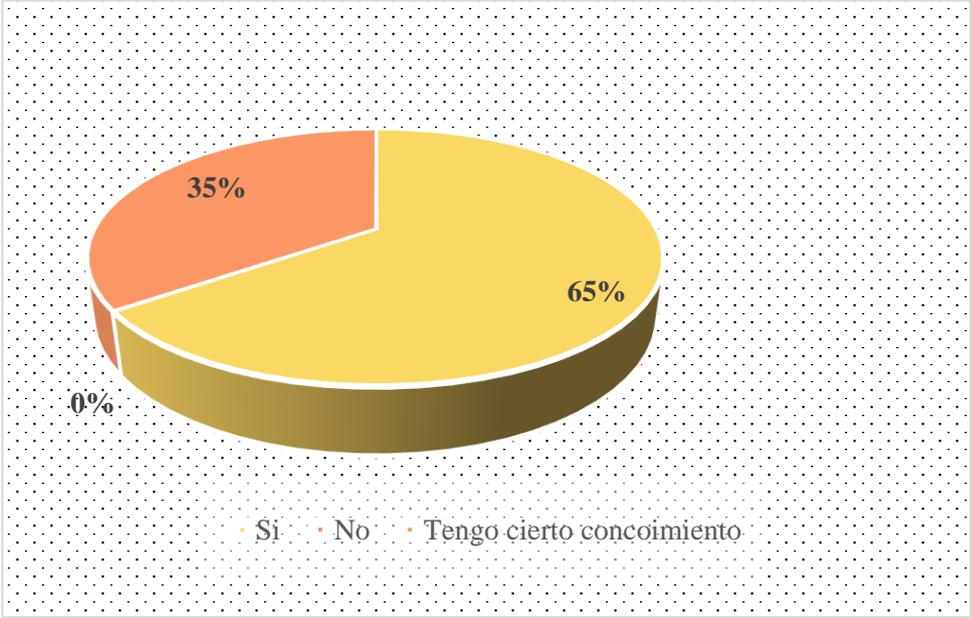


Figura 10: Conocimiento sobre gestión de calidad

Fuente: Tabla 03

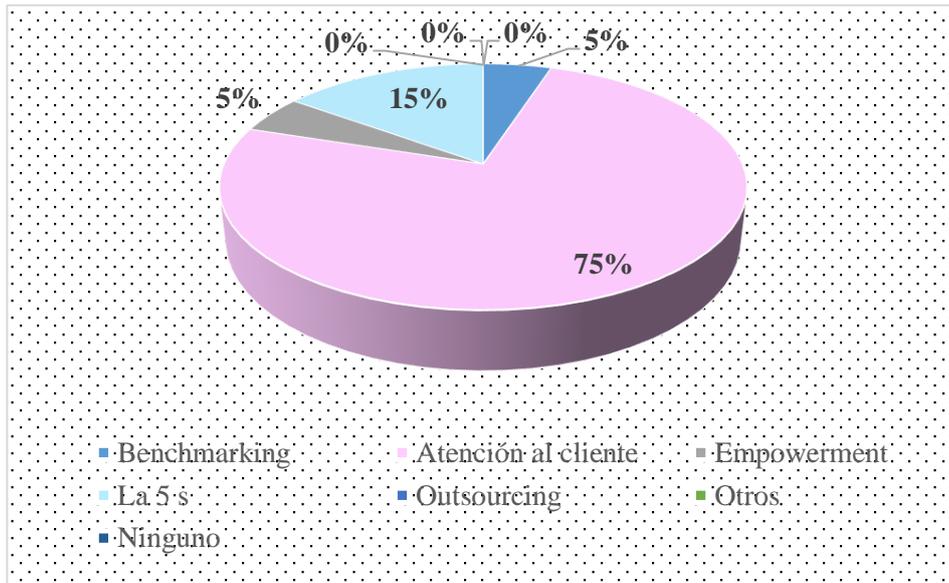


Figura 11: Conoce las técnicas de gestión de calidad

Fuente: Tabla 03

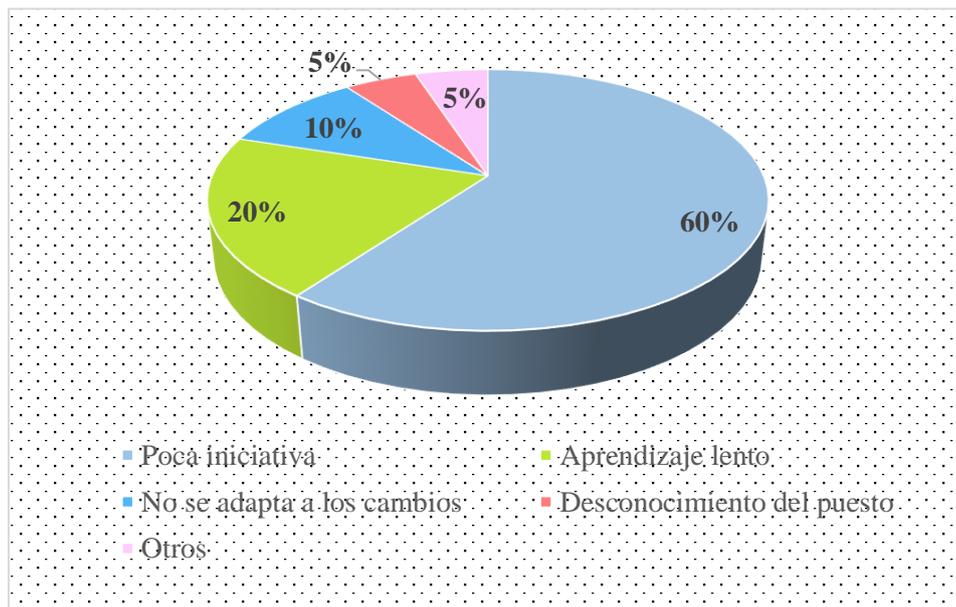


Figura 12: Dificultades y/o inconvenientes

Fuente: Tabla 03

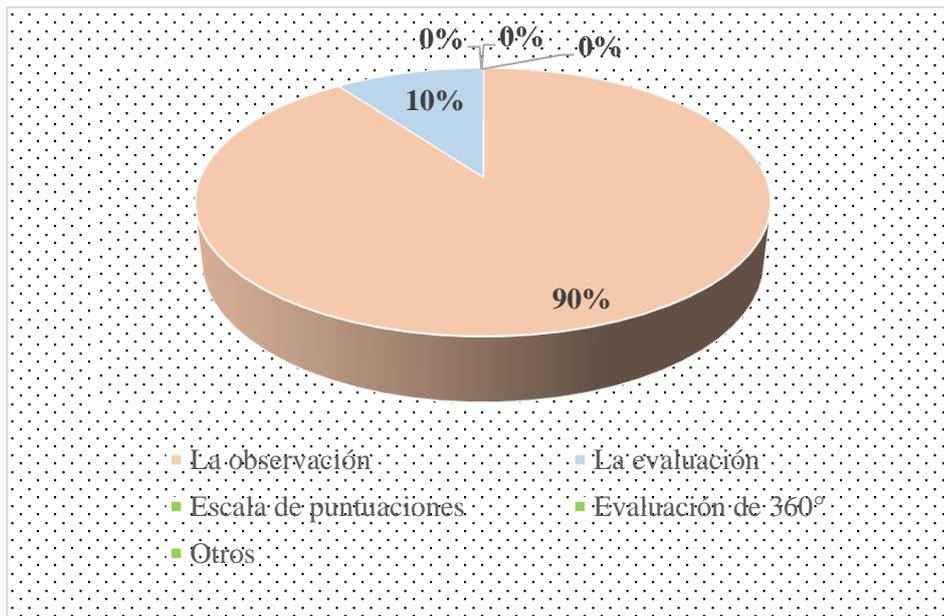


Figura 13: Medición del rendimiento y/o productividad

Fuente: Tabla 03

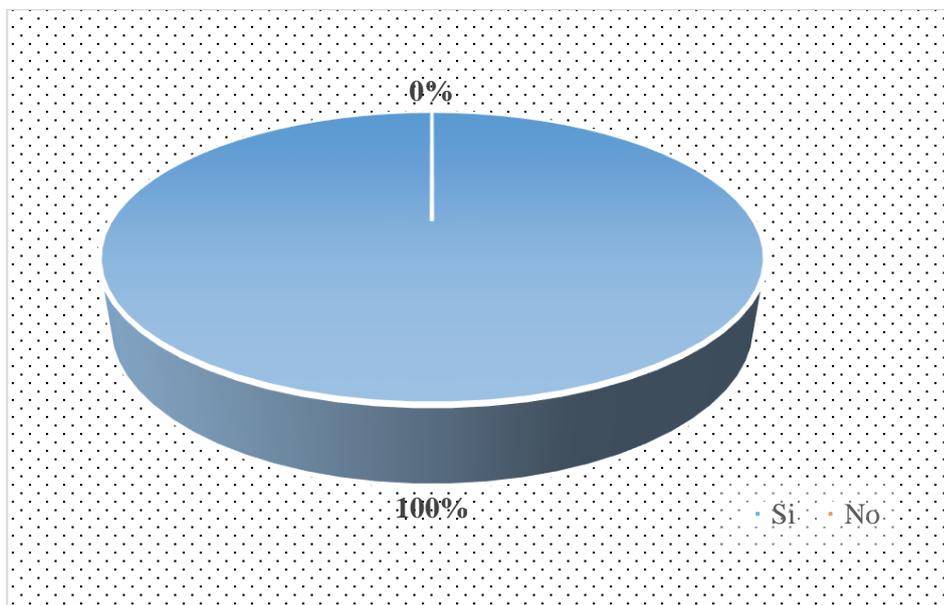


Figura 14: Mejoras en el rendimiento del negocio

Fuente: Tabla 03

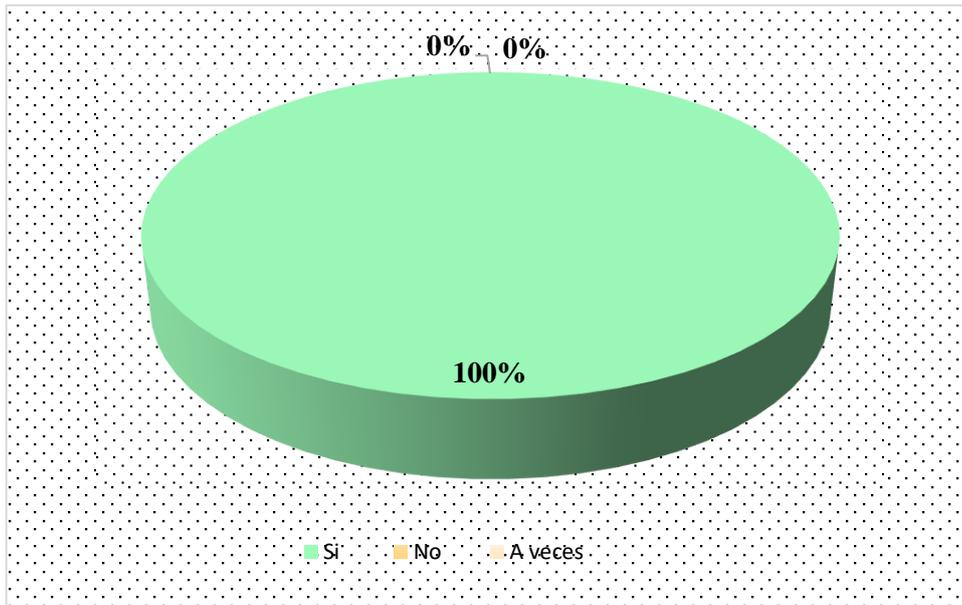


Figura 15: Alcance de objetivos y metas de la empresa

Fuente: Tabla 03

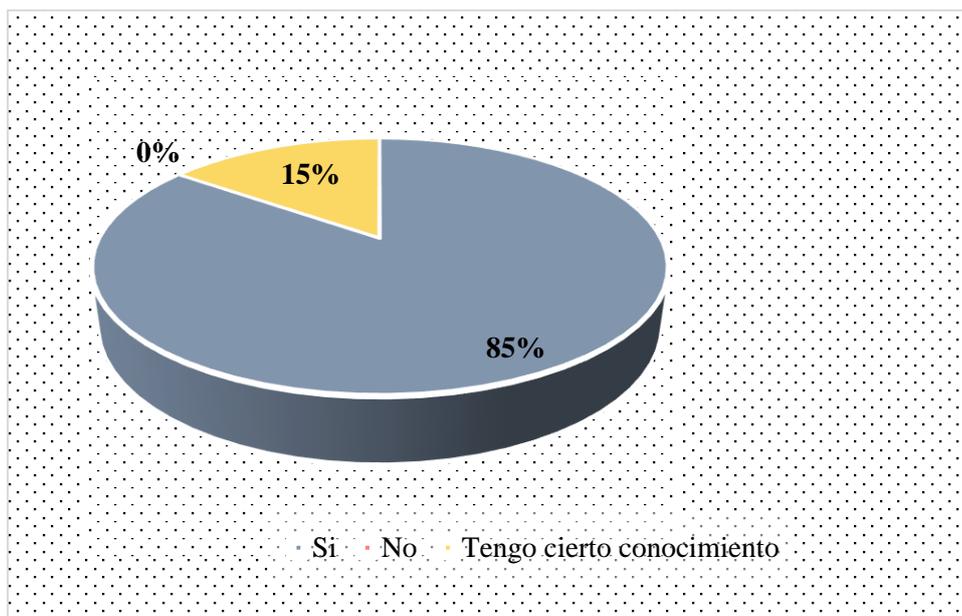


Figura 16: Conocimiento sobre atención al cliente

Fuente: Tabla 03

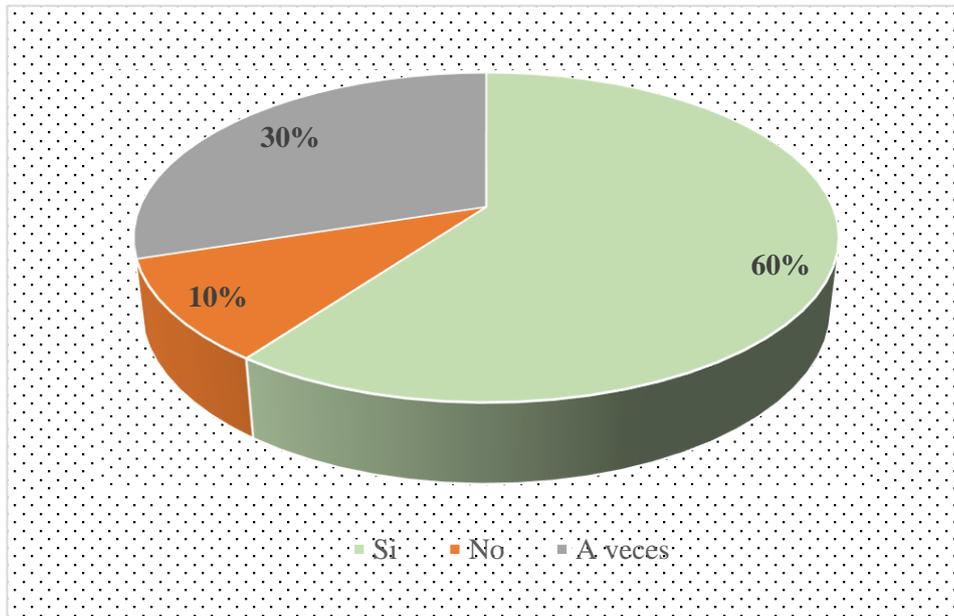


Figura 17: Aplica la gestión de calidad en el servicio

Fuente: Tabla 03

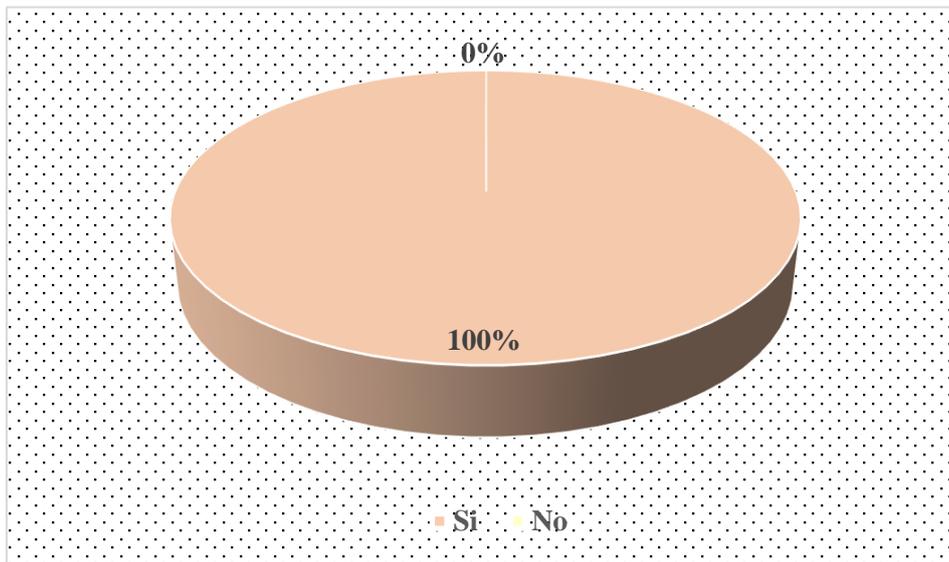


Figura 18: La atención al cliente genera retorno al negocio

Fuente: Tabla 03

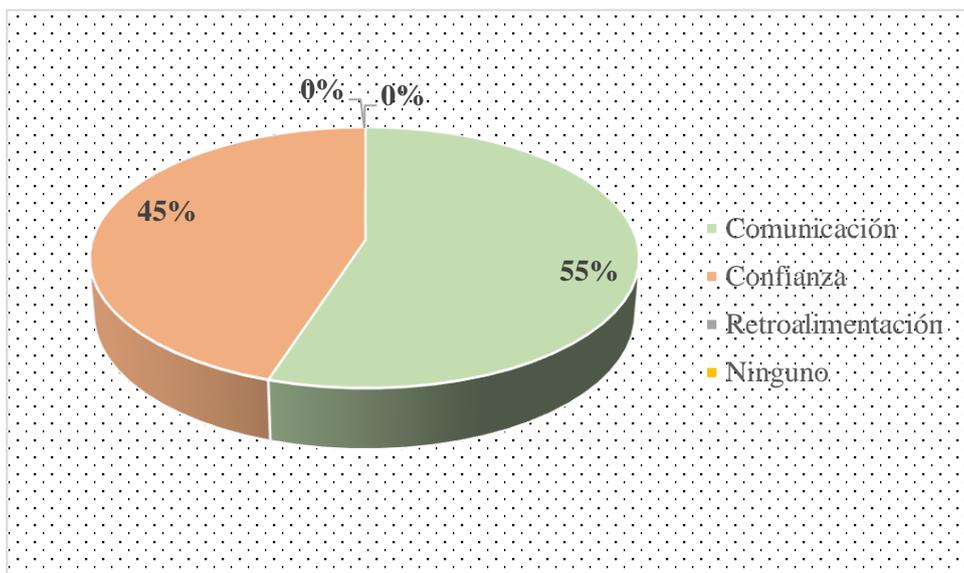


Figura 19: Uso de herramientas para un servicio de calidad

Fuente: Tabla 03

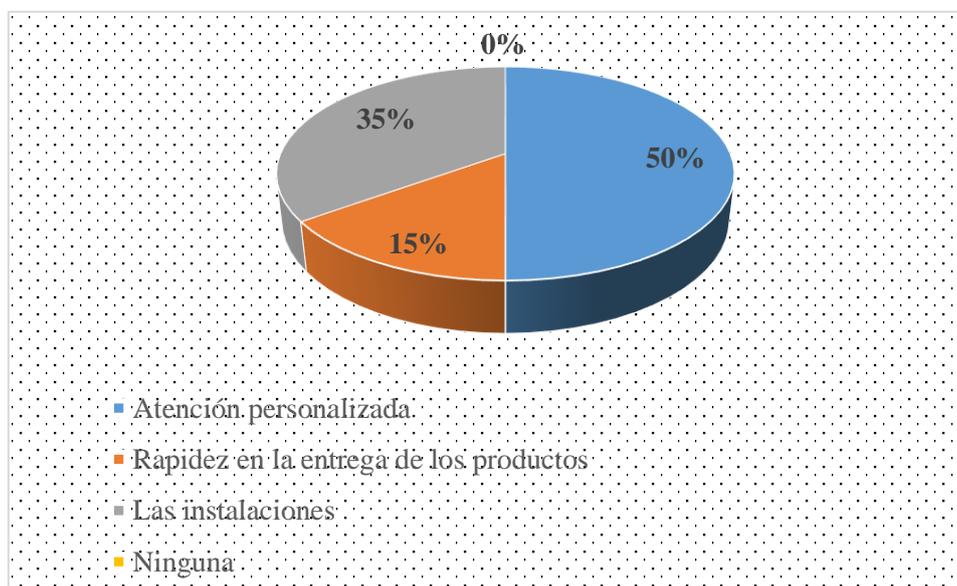


Figura 20: Factores para obtener un servicio de calidad

Fuente: Tabla 03

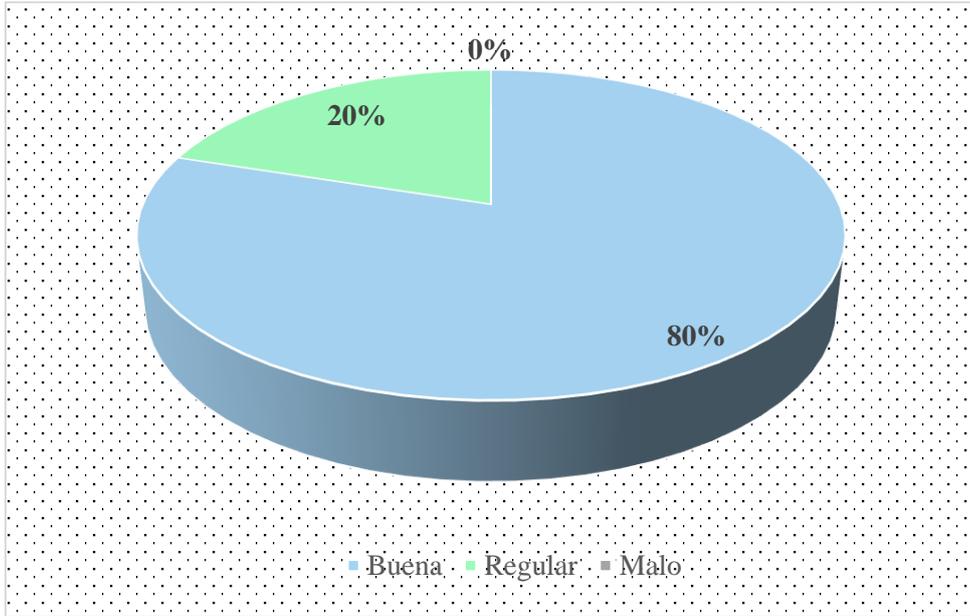


Figura 21: La eficiencia de la atención al cliente

Fuente: Tabla 03

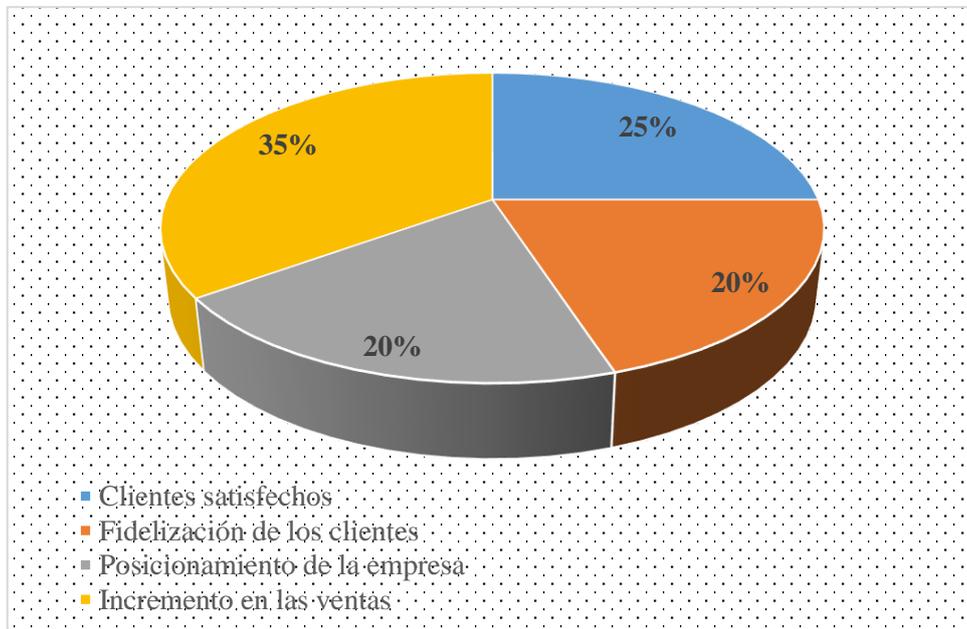


Figura 22: Logros obtenidos

Fuente: Tabla 03

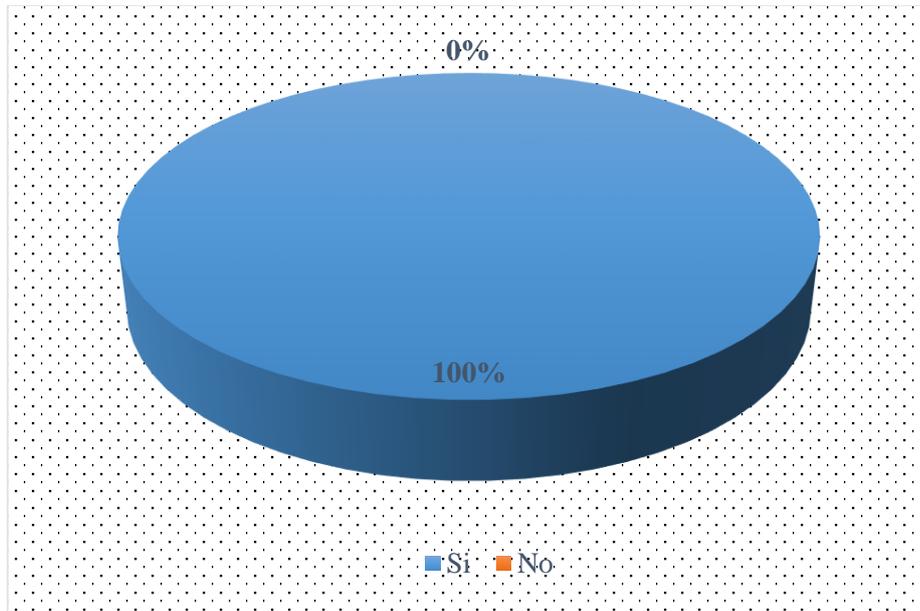


Figura 23: Impacto de la atención al cliente en la gestión de calidad

Fuente: Tabla 03

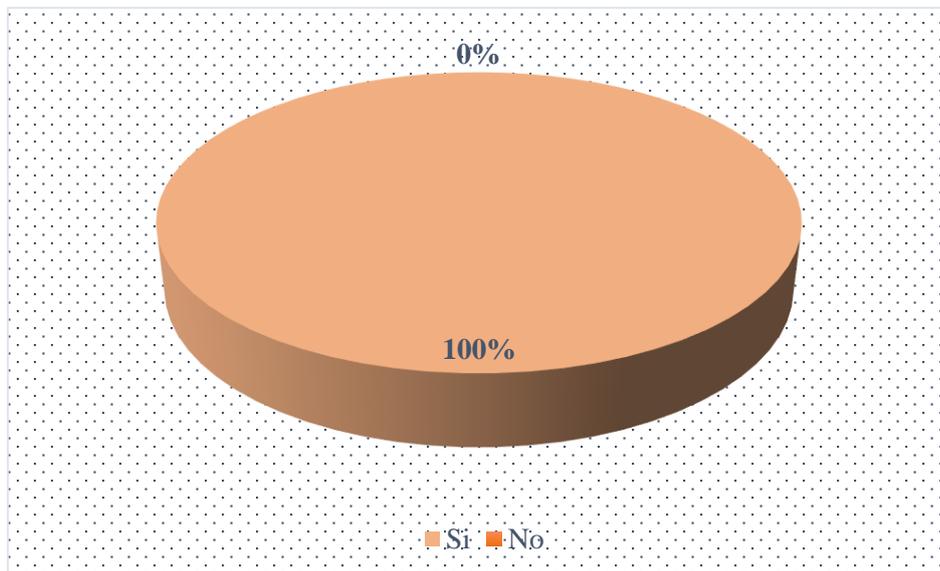


Figura 24: Relación entre atención al cliente y su satisfacción

Fuente: Tabla 03

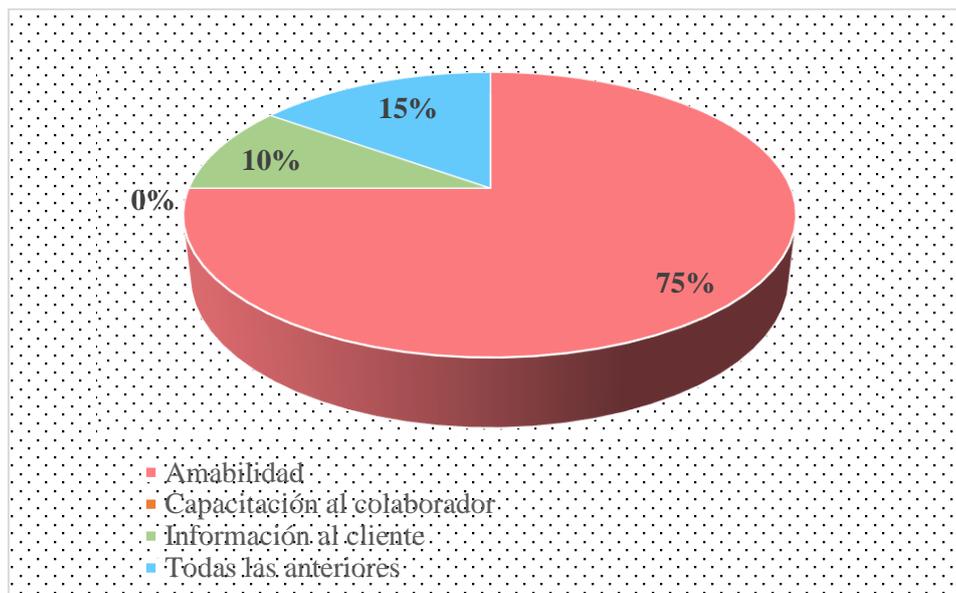


Figura 25: Eficacia en la mejora de atención al cliente

Fuente: Tabla 03

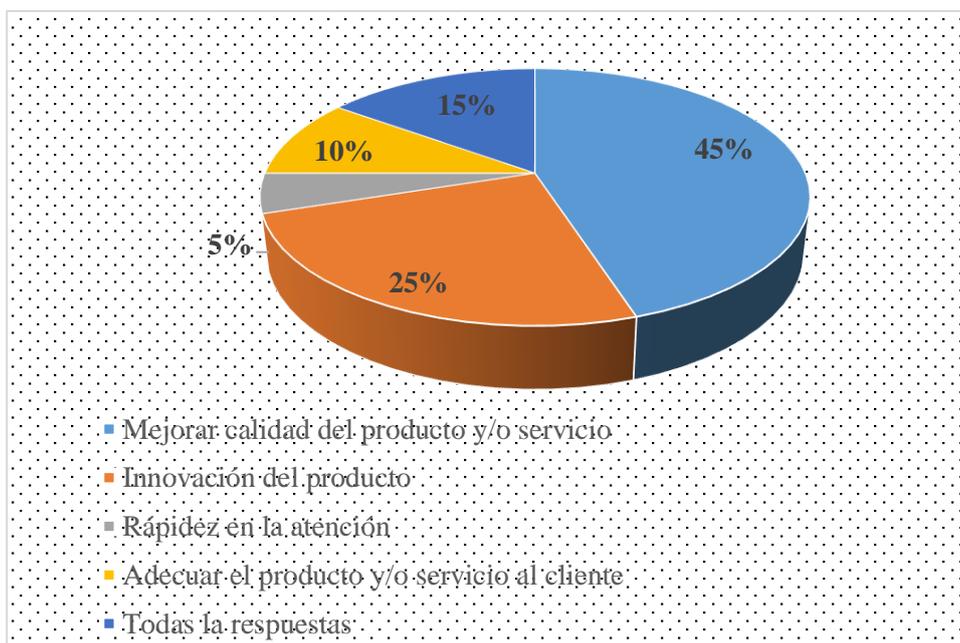


Figura 26: Uso de estrategias para satisfacción del cliente

Fuente: Tabla 03

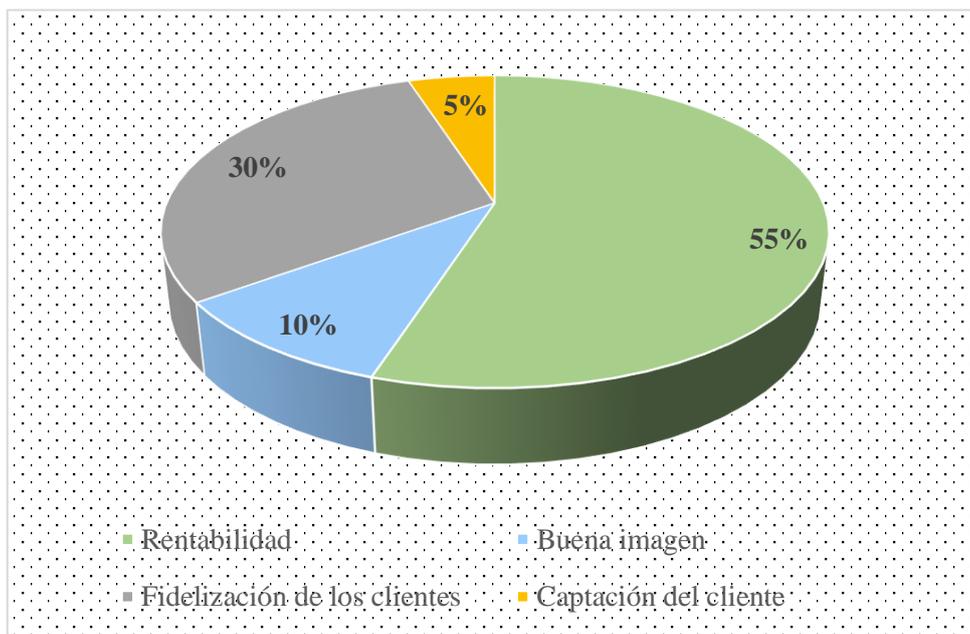


Figura 27: Ventajas que obtiene la empresa

Fuente: Tabla 03

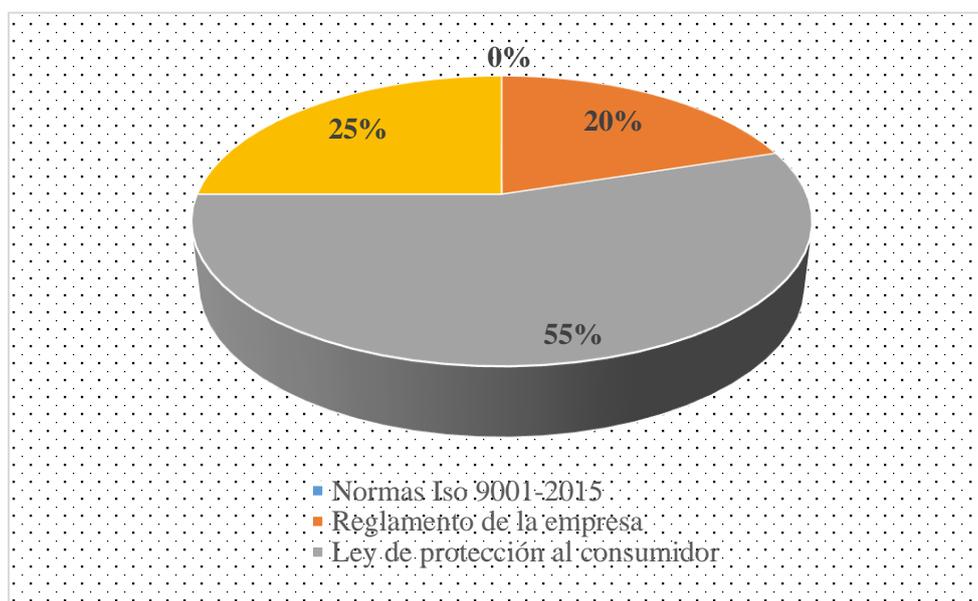


Figura 28: Uso de normas para mejorar la atención al cliente

Fuente: Tabla 03

Anexo N° 04: Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																					
N°	ACTIVIDADES	SEMANAS																			
		NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
01	Elaboración del proyecto de investigación			X	X	X	X	X	X												
02	Revisión y aprobación del proyecto de la investigación									X	X										
03	Información preliminar del informe de tesis e introducción											X	X								
04	Revisión de literatura											X	X								
05	Metodología, resultados y conclusiones de la investigación													X	X						
06	Presentación y evaluación del informe final de tesis														X						
07	Elaboración de artículo científico														X						
08	Pre banca														X						
09	Tutoría Levantamiento de observaciones															X	X				
10	Sustentación																	X			

Anexo N° 05: Presupuesto

CONCEPTO		COSTO UNITARIO	CANTIDAD NECESARIA	VALOR TOTAL (S/.)
Costo del curso	Matrícula	300.00	1	300.00
	Pensión (04 cuotas)	675.00	4	2,700.00
	Turnitin	100.00	1	100.00
Pasajes y viáticos para asistir a tutorías-Asesoramiento de tesis		50.00	9	450.00
Útiles	Lapiceros	1.00	2	2.00
	Cuaderno	5.00	1	5.00
	Copias de encuestas	0.20	40	8.00
	Impresión de tesis	0.30	540	162.00
	Anillado	5.00	3	15.00
Internet Mensual		30.00	4	120.00
TOTAL				3,862.00

Anexo N° 06: Fotos

Realizando la encuesta al Restaurante “El Inca”



