



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

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

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

AUTOR:

Bach: HILDER EVER VILLACORTA AREDO

ASESOR:

Mgtr: CARLOS ENALDO REBAZA ALFARO

TRUJILLO - PERÚ

2019

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgr. Carolina Esther Castellares Jhonson

Miembro

Mgr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la salud y sabiduría que me brinda día a día para poder seguir adelante con pie firme, y poder cumplir con todos mis objetivos.

Al Mgtr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro por su tiempo y dedicación en el asesoramiento brindado durante todo este tiempo para poder culminar y cumplir mi objetivo satisfactoriamente en este taller de investigación.

DEDICATORIA

Quiero dedicarle a Dios por la vida, salud y fortaleza que me brinda día a día y por poner personas maravillosas en mi camino que me brindaron su apoyo para poder cumplir mis objetivos satisfactoriamente en este proceso.

A mis hermanas por el apoyo incondicional, su amor y por apoyarme en todas mis decisiones en esta etapa universitaria.

A mi padre y a todos mis familiares por el apoyo que me brindaron tanto moral y económicamente para seguir luchando por mis objetivos, mi madre que está en el cielo que me enseñó a luchar y ser la persona tal como soy hoy.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: “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. 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 de muestra fue 11 Restaurantes de la urbanización los Jardines, Obteniendo los siguientes resultados. El 91% de los representantes de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el termino atención al cliente. El 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. El 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente para que regrese. El 64% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación. El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindan una buena atención al cliente. 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.

Palabras claves: Atención, Calidad, Cliente, Gestión, MYPE, Restaurante.

ABSTRACT

This research work entitled: "Quality management in customer service and improvement plan in the micro and small companies of the service sector - Restaurant, Jardines Urbanización, Trujillo 2018. General objective: Determine the characteristics of quality management in customer service and improvement plan in the Micro and Small Companies of the service sector - Rubro Restaurante Urbanización Jardines, Trujillo 2018. The design is non-experimental, transversal and descriptive. The sample population was 11 restaurants in the urbanization Los Jardines, obtaining the following results. 91% of Mypes representatives have from 1 to 5 workers. 64% of the representatives of the Mypes surveyed know the term customer service. 100% of the representatives apply quality management in customer service. 92% of the Mypes' business owners state that if customer service is essential for them to return. 64% of Mypes representatives use communication. 82% of the representatives of the Mypes tell us that they provide good customer service. Finally, the conclusions are: 91% have 1 to 5 workers 64% know customer service. 100% apply quality management in customer service. 92% if customer service is essential for this to return. 82% provide good customer service. 36% bad attention is given by poor organization of workers.

Keywords: Attention, Quality, Client, Management, MYPE, Restaurant.

CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
CONTENIDO	vii
TABLAS Y FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1 Antecedentes	6
2.2 Bases teóricas de la investigación	22
III. HIPÓTESIS	44
IV. METODOLOGÍA	45
4.1 Diseño de la investigación	45
4.2 Población y muestra	45
4.3 Definición y Operacioalización de Variables.....	47
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	52
4.5 Plan de análisis.....	52
4.6 Matriz de consistencia.....	53

4.7 Principios éticos	55
V. RESULTADOS.....	56
VI. CONCLUSIONES	68
REFERENCIAS	70
ANEXOS 1	75
ANEXO 2.....	80
ANEXO 3.....	92
ANEXO 4.....	93
ANEXO 5.....	93

TABLAS Y FIGURAS

TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las Mypes del sector servicios - rubro restaurantes urbanización los Jardines, Trujillo 2018	56
Tabla 2. Características de las Mypes del sector servicio - rubro restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018	57
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en atención al cliente	58

FIGURAS

Figura 1. Edad	80
Figura 2. Genero	80
Figura 3. Grado de instrucción.....	81
Figura 4. Cargo que desempeña	81
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.	82
Figura 6. Tiempo de la MYPE en el rubro.....	82
Figura 7. Número de trabajadores	83
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa.....	83
Figura 9. Objetivo de creación	84
Figura 10. conocimiento del termino gestión de calidad	84
Figura 11. conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad	85
Figura 12. Dificultades de los trabajadores en la implementación de gestión de calidad	85
Figura 13. Técnica para medir el rendimiento de los trabajadores	86
Figura 14. Gestión de la calidad en el rendimiento del negocio	86
Figura 15. La gestión de calidad alcanza los objetivos y metas de la empresa.....	87
Figura 16. Conocimiento del termino atención al cliente	87

Figura 17. Gestión de calidad en el servicio al cliente.....	88
Figura 18. Atención al cliente es fundamental.....	88
Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad.....	89
Figura 20. Factores de la calidad al servicio que brinda.....	89
Figura 21. Atención brinda a los clientes.....	90
Figura 22. Considera usted mala atención al cliente.....	90
Figura 23. Resultados obtenidos en una buena atención al cliente.....	91

I. INTRODUCCIÓN

Galdón (2014) en España las Micro y Pequeñas Empresas, son la mayoría en la estructura empresarial que mayor productividad y empleo, lo cual representan el 90% del tejido empresarial en España y son las principales generadoras de empleo. En España las microempresas, cuentan con hasta 9 salarios, donde se contabiliza algo más de un millón, suponen que el 30% del empleo nacional y las que contabilizan hasta 49 trabajadores el 17%. Y cuanto más pequeñas, más trabajadores producen. A pesar de las dificultades que existe en los últimos años, muchas de las pymes españolas han conseguido un lugar destacable en el mundo (par2)

Arana (2018) existen más de 4.2 millones de unidades económicas en México, oficialmente. De lo cual este universo pertenece, el 99.8% son consideradas Pequeñas y Medianas Empresas lo cual están obligadas a aportar 42. % del producto bruto interno (PBI) con un objetivo que están generando un 78% de empleos para este país.

Deloitte y Touche (2017) afirma lo siguiente: “En Colombia las mypes evidencian un gran interés hacia la gestión de experiencia del cliente, ya que el 50% de las mypes tienen señalados objetivos claros y estrategias de negocios, además las empresas colombianas están escuchando frecuentemente las opiniones de sus clientes” (par2).

Gatty (2009) afirma lo siguiente: en Argentina las Mypes constituyen un grupo predominante de empresas, formando significativamente a la creación de empleo, a la generación de riquezas y además satisfacen necesidades en ciertos mercados que son pocos atractivos para las grandes empresas. Son así mismo el crisol en donde se forman grandes empresarios y vehículo para el auto desarrollo de millones de personas.

Sara (2014) afirma lo siguiente: las mypes representan el 99.4% del empresario peruano y genera alrededor del 63.4% de empleo. Toda vez que este sector es importante se requiere implementar políticas que contribuyen a proporcionar y a generar un entorno favorable que ayude al crecimiento

de nuestro país. La importancia de las mypes en el desarrollo del país se denominan producción flexible, que no admite la rigidez de los modelos procedentes de los mercados cementados, servicios especializados, innovación (pag203).

Rueda (2018) afirma lo siguiente: En México las empresas familiares se han convertido un pilar de la economía, puesto que el 90% de las corporaciones que contribuyen en la bolsa mexicana de valores tiene una gran representación familiar y estas cuentan con el capital suficiente y control de sus empresas, pero por otro lado, el 70% de las empresas familiares mexicanas se van desapareciendo por los problemas que existen al interior de las familias, eso sucede a raíz de que carece de una conducción en la administración

Argandoña (2015) nos dice que el “objetivo de las empresas españolas es producir bienes para satisfacer las necesidades económicas y sociales, para crear un empleo satisfactorio y remuneratorio, para tener rendimientos para sus accionistas y otros inversores, y para hacer una contribución positiva al entorno social y físico en el que opera” (par2).

Argandoña (2015) precisa que la buena empresa se puede reconocer por lo consiguiente. Pagar a los trabajadores un salario digno; no se enreda con manejos para evitar el pago de impuestos. Desarrollo los conocimientos y capacidades de sus empleados y no hace enloquecer a sus clientes con complejas estructuras de tarifas. La buena empresa contribuye con ideas relevantes al diseño de las políticas públicas (par5).

De acuerdo a Impulsos Consultores (2016) En Trujillo las Mypes constituyen una gran fuente de empleo y rentabilidad social, según cifras estatales, existen 1801 restaurantes en la ciudad de Trujillo siendo la tercera ciudad con mayor número de restaurantes. Por último en la urbanización los jardines donde se desarrolla el trabajo de investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de restaurantes, esto se crean a raíz que existe bastante demanda, ya que existe un supermercado, bancos, y todo tipo de negocios en la zona donde hay bastante concurrencia de la gente, y estos negocios son creadas por personas emprendedoras que tienen

una visión amplia de salir adelante y generar ganancias y empleos para la sociedad, sin embargo en estas micro y pequeñas empresas existen problemas de gestión de calidad, atención al cliente y no cuentan con personas especializado para dicho puesto de trabajo, esto trae consecuencias y disminuye la productividad por falta de una mala administración, esto ocurre porque los dueños de los restaurantes son personas que emprendieron y no tienen la información necesaria de cómo manejar un negocio, y por ultimo van desapareciendo los negocios

En Trujillo en donde se realizó la siguiente investigación se desconocía las características de las micro y pequeñas empresas, de los representantes y de la gestión de calidad en la atención al cliente por lo tanto se planteó el siguiente problema de investigación ¿Cuáles son las principales 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?

Para dar respuesta a esta interrogativa se planteó el siguiente 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.

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

Determinar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018.

Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018.

Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante, urbanización los Jardines, Trujillo 2018.

Elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018.

Finalmente, la presente investigación se justifica porque nos permite conseguir aspectos teóricos de la gestión de calidad en atención al cliente que se aplica en las Micro y Pequeñas Empresas para su crecimiento y desarrollo en nuestro país.

Se justifica porque nos permitió conocer las características de los representantes de las micro empresas.

Por otro lado, se justifica porque nos permitió conocer las distintas características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la Urbanización los Jardines

Se justifica porque permitió determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, con el objetivo de ser competitivas en el mercado.

También se justifica porque permitió elaborar un plan de mejora en atención al cliente.

Se justifica porque nos permitirá que los gerentes mejoren la gestión de calidad en atención al cliente en su empresa para ser más competitivas frente al mercado.

También se justifica porque beneficia a toda la comunidad empresarial y a todos los emprendedores proporcionando conocimientos acerca de los beneficios de la

aplicación de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.

Finalmente se justificó porque esta investigación se utilizará como fuente de investigación para futuras investigaciones sobre la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas.

La presente investigación se utilizó por la siguiente metodología: Tipo de investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo, diseño trasversal- no experimental y diseño descriptivo. La población estuvo integrada por 11 restaurantes de la urbanización los Jardines, Trujillo, registradas oficialmente en la municipalidad de Trujillo y se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario.

Por otro lado, el resultado de la investigación fueron los siguientes: El 55% de las Mypes permanecen más de 7 años en el mercado. El 91% tienen de 1 a 5 trabajadores. El 82% de personas que trabajan en su empresa son no familiares. El 100% de las Mypes son creadas para generar ganancias.

El 45% conocen el término gestión de calidad a la misma vez el 45% tienen cierto conocimiento de gestión de calidad. El 100% conocen lo que es la atención al cliente. El 82% tienen dificultad de los trabajadores no se adaptan a los cambios. El 82% miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 100% si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad.

La presente investigación cuenta con 6 partes fundamentales de su estructura I. Introducción; II. Revisión; III. Hipótesis; IV. Metodología; V. Resultados; VI. Conclusiones y recomendaciones.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antúñez (2017) en su investigación: *Gestión de calidad en Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016*. Tuvo el siguiente problema: ¿cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016? A su vez se planteó el siguiente objetivo general: determina las siguientes características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarney, 2016 y para poder conseguir su objetivo general planteo los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney,2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarney, 2016. Metodología, utilizó el diseño no experimental, transversal – descriptivo. Esta investigación tuvo los siguientes resultados: Sexo de los representantes. El 63.6% son de género masculino. Grado de institución de representantes: El 45.5% tienen un grado de institución superior. Número de representantes: El 63.6% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. Situación legal: El 59.1 de las micro y pequeñas empresas son informales. Tiempo de permanencia de las micro y pequeñas empresas del rubro: El 68.2% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia

el rubro. Gestión de calidad: El 59.1% si están aplicando una gestión de calidad e y el 40.9% señalan lo contrario. Conclusiones: Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad, entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de institución superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante en la ciudad de Huarmey: son informales, con un tipo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y de desarrollo con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de la calidad en atención al cliente: La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de las micro y pequeños empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar oportunidades a familiares, convirtiéndolos así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría de sus representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de sus ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Gregoria (2015) en su investigación: *caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del*

sector – rubro restaurantes de dos tenedores – 2014. Tiene el siguiente problema ¿cuáles son las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en el distrito de Huaraz, 2014? A su vez se planteó el siguiente objetivo general, describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurante de dos tenedores en el distrito de Huaraz, 2014. Para poder obtener el objetivo general se planteó objetivos específicos: Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del rubro – restaurante de dos tenedores en el distrito de Huaraz, 2014. Identificar las siguientes características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del distrito de Huaraz, 2014. Metodología: utilizó una investigación cuantitativa de nivel descriptivo y se aplicó un diseño no experimental (transnacional o transversal) En esta investigación obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los datos generales de los encuestados: Se observa que el 33.3 % afirman que están en la edad de 36 -45 años de edad. El 51.5% manifestaron ser mujeres y el 33.3 tienen estudios universitarios. Respecto al ciclo de vida de PHVA: EL 53:38% de los gerentes afirman que no aplican la mejora continua en el proceso de la elaboración de alimentos. El 38.10% de los encuestados confirman que logran un buen resultado lo hacen de manera oportuna. El 42.86% de los gerentes manifiestan que no identifican los problemas que pueden presentar en la empresa. Las necesidades de los clientes: El 33.33% de los gerentes encuestados responden que lo realizaran de una manera informal sobre determinados procesos. El 42.86% encuestados responden que no es necesario el mismo de medición

porque tienen amplia experiencia, en cuento al establecimiento de un sistema de medición de resultados en el proceso de preparación de los alimentos. Respecto a los resultados se llega a las siguientes conclusiones: La mayoría de los empresarios encuestados de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de los tenedores del distrito de Huaraz, tienen 36-45 años de edad, son mujeres emprendedoras, con estudios superior universitarios. La gestión de calidad, parte esencial de esta investigación es entendida como la aplicación de la mejora continua y la realización de cambios en el proceso, fundamental en aquellas organizaciones que quieren fijar su visión y obtener una posición reconocida y continuada en el tiempo. Es por eso que el objetivo principal de esta tesis fue describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de los tenedores en el distrito de Huaraz; en respuesta a este objetivo los resultados nos muestran que el mayor porcentaje de los empresarios no aplican el ciclo de PHVA en la estructura operacional de la organización.

Cano (2017) en su investigación: *Gestión de calidad en atención al cliente y la satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante: caso restaurante “la Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016.*

Con el siguiente problema: ¿Qué relación existe entre la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurante “La rinconada” en la ciudad de Huarmey 2016?

En la siguiente investigación tuvo el siguiente objetivo general: determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante: caso

restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney 2016. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de la gestión de calidad de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurante: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney,2016. Conocer el nivel de satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016. Establecer la relación que existe entre la gestión de calidad de la atención al cliente y su nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurante: Caso restaurante “La rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016. En la investigación se obtuvo los siguientes resultados. Con respecto a la variable: Atención al cliente el 80% afirman que están totalmente de acuerdo con el uso de principios de atención al cliente practicados en el restaurante “La rinconada”. Esto indica que se tiene en cuenta normas para atender a los clientes y asegurar un nivel de satisfacción elevado. El 50% afirman que están parcialmente de acuerdo y el 37% totalmente de acuerdo con el uso de canales de atención al cliente, que se han implementado en el restaurante. Esto significa que los clientes tienen diversas formas como adquirir los productos o servicios del restaurante. El 63% de los clientes afirman estar totalmente de acuerdo y el 23% parcialmente de acuerdo con el uso de procesos en los pedidos de los clientes. El 51% afirman estar totalmente de acuerdo y el 28% parcialmente de acuerdo con el uso de procesos en la solicitud de información cuando el cliente lo solicita. El 66% afirman que están totalmente de acuerdo y el 20% parcialmente de acuerdo en que el personal si se relaciona con los clientes. Con respecto a la variable: satisfacción del cliente: El 78% afirman

estar totalmente de acuerdo que el producto brindado por el restaurante es adecuado. El 51% afirman estar totalmente de acuerdo y el 43% afirman estar parcialmente de acuerdo con la resolución de problemas que se presentan en el restaurante. El 43% afirman que están totalmente de acuerdo y el 37% están parcialmente de acuerdo con las ventajas que posee el restaurante con respecto a la competencia. El 58% afirman que están totalmente de acuerdo en que los productos están orientados hacia el cliente. Metodología utilizada en la investigación fue cuantitativa – descriptiva, transversal. En las conclusiones las características en cuanto a la gestión de calidad en atención a los clientes del restaurante “La Rinconada” se concluye que la mayoría están totalmente de acuerdo con la aplicación de principios en un 80%, uso de procesos para atender los pedidos con un 63%, brindar información con 51% y servicios post venta con un 51% sin embargo, aproximadamente la mitad (42%) manifiesta que está totalmente de acuerdo con la generación de nuevas funciones de atención a los clientes, con el uso de canales de atención (50%) y que un 43% están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el procesamiento de quejas de los clientes. Esto nos indica que el restaurante la rinconada hay un alto nivel de atención al cliente y sin embargo hay ciertos indicadores que se deben de mejorar.

Enríquez (2011) en su investigación: *servicio al cliente en restaurante del centro Ibarra. Estrategias de desarrollo servicios*. Con el siguiente problema ¿Qué factores internos y externos se encuentran directamente relacionadas con el deficiente servicio al cliente ofrecido en restaurante que cuentan con más de 5 mesas y están ubicados en el centro de Ibarra? con el siguiente objetivo general: analizar los factores internos y externos que genera un deficiente servicio al cliente

en los restaurantes dirigidos a clientes de clase media, que cuentan con un número mayor a cinco mesas. También se planteó los siguientes objetivos específicos. Identificar los factores personales que influyen en el deficiente servicio al cliente ofrecido en los restaurantes dirigidos a clientes de clase media que cuentan con más de 5 mesas. indagar si las condiciones en que los restaurantes prestan sus servicios permiten captar nuevos clientes en relación a la competencia. Determinar si la satisfacción de las expectativas de los clientes internos y externos permiten brindar un servicio de calidad. Investigar las posibles estrategias de servicio al cliente que permitan superar el problema de deficiente servicio al cliente más adecuadas y viables. Estructura técnicamente las estrategias de servicio al cliente que permitan solucionar el problema del deficiente servicio al cliente en los restaurantes. Utilizando la metodología: dos tipos de investigación cuantitativa y cualitativa, en conformidad con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los propietarios y empleados de los restaurantes, se logró evidenciar que en la mayoría de ellos si se han detectado: fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas; lo cual constituyen un factor clave del éxito que permitirá lograr una ventaja competitiva de largo plazo y alcanzar la excelencia en cuanto al servicio al cliente. En cuanto a los factores demográficos debe mencionar que los clientes que acuden a los restaurantes correspondan a la clase media, su nivel de ingreso supera a los 300 dólares, son de diferentes edades, la mayoría de ellos son con bachilleres, algunos se encuentran cursando el nivel superior y unos pocos son profesionales, en su mayoría son casados y más de la mitad de ellos debido a la falta de tiempo por trabajar en doble jornada se ven obligados a recurrir a los restaurantes, según los resultados de las encuestas realizadas a la mayoría de ellos manifestaron que

diariamente visitan los restaurantes por lo general a la hora del almuerzo. De acuerdo las encuestas al servicio al cliente la mayoría opinan que el servicio al cliente que reciben es bueno pero podrían mejorar, sin embargo un buen porcentaje de los mismos supo dar a conocer que el servicio es regular ya que existían inconvenientes vinculados con: el retraso en la entrega de pedidos, poca amabilidad por parte del personal que les atiende, ambiente poco agradable, espacio físico reducido entre otros aspectos. con respecto a los resultados de las encuestas realizadas a los propietarios de los restaurantes demuestran que existe total conformidad por parte de ellos para el diseño, elaboración y aplicación de un manual de servicio al cliente, dicho documento servirá de guía para lograr un servicio al cliente de calidad, será utilizando principalmente por los propietarios y empleados de los restaurantes e involucrará directamente al cliente ya que sus necesidades, deseos, demandas, pensamientos y sentimientos se verán reflejados en él y una vez llevado a la práctica los principales beneficios serán ellos quienes constituyen el pilar central del negocio. En conclusiones un manual de servicio al cliente jamás debe dejar de lado al personal adecuado para el desempeño de su labor con el nivel de exigencia requerida, u en número suficiente en la selección de personal se tendrá en cuenta el perfil del trabajador frente a los requisitos necesarios de formación para el desempeño satisfactorio de su labor. Todo ello es de suma importancia para los clientes quienes en la encuesta manifestaron que la imagen interna que proyectan los restaurantes es buena pero deberían mejorarse, mientras que los empleados afirman que las condiciones físicas en las que los restaurantes prestan sus servicios son muy buenas, aunque para llegar a la excelencia queda un largo camino por recorrer y los propietarios por su parte

manifiestan su totalidad disposición para afrontar los cambios que sean necesarios con el afán de lograr su servicio al cliente de calidad.

Santa y Clolula (2013) en su investigación: *Proceso de mejora en una empresa familiar. Caso: Restaurant bar Casa Uscanga*. con el siguiente problema ¿Los cambios y nuevas exigencias de los clientes del sector restaurante Bar Casa Uscanga ubicado en Mandinga, Alvarado, Veracruz tomando en cuenta aspectos estratégicos de motivación al personal e implementación de nuevas tecnologías principalmente? para lo cual planteo el siguiente objetivo general: Identificar las nuevas necesidades de los clientes del Restaurante Bar Uscanga y anticiparse a ellas para poder mantenerse en el mercado y poder ser competitivos para lograr la mejora. También planteo lo siguientes problemas específicos: la calidad del servicio es el tema más importante de estudio del sector restaurantero debido que esta es la principal atracción de los clientes, ya que al ser bien atendido esto se llega a sentir en su zona de confort y adquieren la fidelidad hacia la empresa. Esto ayuda a analizar la situación en la que se encuentra el sector restaurantero debido a las nuevas exigencias del mercado que está abordando. Identificar nuevas estrategias para ayudar a la empresa a mejorar constantemente, innovando en nuevas formas de mejorar los servicios e implementando nuevas ventajas competitivas. Identificar si las nuevas tecnologías como facturación electrónica, orden o pedido electrónico, televisores dentro del establecimiento y WIFI ayudarán a mejorar la calidad de los servicios para así tener un servicio de mayor calidad hacia los clientes obteniendo una mejor al brindarle el servicio al cliente ya que hay que estar día a día a la vanguardia en las implementaciones de nuevas tecnologías que son los giros más importantes dentro del sector restaurantero.

Metodología: tipo de investigación exploratorio es aquella investigación que no hay antecedentes de la misma, es decir, no se ha realizado ningún tipo de estudio de este tipo a la empresa u organización que se va a estudiar, descriptivo conocida también como investigación estadística, detallada los datos influye en la vida de las personas. Con respecto a los resultados: respecto al producto calificado en término de calidad las personas encuestadas fueron trecientas personas que fueron encuestadas 39% nos mencionan que el servicio es de muy buena calidad. El 32% nos dijeron que el servicio es bueno. El 52% nos dijeron que el producto es de excelencia. El 3% nos mencionan que el producto es regular, con respecto a la calidad del servicio el 36% nos mencionaron que la calidad del servicio es muy buena calidad el 34% nos dijeron que el producto es excelente el 26% nos dijeron que la calidad del servicio es buena el 3% mencionan que la calidad del servicio es regular y el 1% el servicio es malo. En conclusiones el producto ofrecido por “Restaurant Bar Casa Uacanga” es de muy buena calidad sin embargo se pretende no solo ofrecer un producto de grado para los clientes sino que la gran mayoría de los clientes vean el producto como uno de excelencia, en conclusiones el servicio ofrecido en el Restaurant Bar Casa Uscanga es de gran aceptación por los consumidores, se obtuvo que a nivel nacional la industria restaurante ha descendido de manera de manera notable en cuanto ganancias en las utilidades por factores diversos que en medida afectan a este sector, por las que sean realizado cambios ya que existe una mayor competencia con el paso de los años, calidad en el servicio, más aún las exigencias de los clientes van en aumento y y la implementación de nuevas tecnologías. Es cierto que en México cuentan con un turismo de altura ya que a nivel internacional es reconocida y por las exigencias

son mayores, por ello las empresas del sector restaurantero han puesto su esfuerzo en mejorar el servicio en ellos. Aun embargo, en México la mayoría de las empresas son familiares, alrededor de un 50% en este rubro. Si bien en este caso las empresas familiares no son de un solo propietario sino de toda la familia. Como también es de suma importancia contar con una organización establecido para así delegar responsabilidades a los intereses de los familiares involucrados, el ambiente que debe existir entre ellos y que opuesto van a ocupar cada familiar a desempeña.

Jara (2011) en su investigación: *plan de calidad de atención del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurant turístico “El Mochica” Trujillo 2010* con el siguiente problema: ¿Cómo formular un plan de mejoramiento de calidad de atención al cliente del servicio, para la satisfacción de los clientes del restaurante turístico “El Mochica”- Trujillo? Con el objetivo general formular un plan de mejoramiento de calidad de atención del servicio, para satisfacer del cliente del Restaurante Turístico “El Mochica”- Trujillo. Con los objetivos específicos: identificar los indicadores del cliente, conocer las diferentes estrategias que utiliza el restaurant con relación a la calidad de sus servicios, elaborar un programa de calidad de atención del servicio para mejorar la satisfacción de los clientes. Con la metodología: método inductivo – deductivo: mediante este método conoceremos la realidad de la empresa restaurant. Turístico “el mochica” S.A.C.- Trujillo partiendo de lo general a lo particular. Método hipotético- deductivo: referido a las conclusiones y/o apreciaciones obtenidas al culminar el presente trabajo. método de análisis sintético: nos permite hacer las criticas respectivas analizando la información recopilada para establecer finalmente los resultados. Lo cual se obtuvo los siguientes resultados: se observa con respecto a los clientes, la empresa

trata de tener satisfecho a sus comensales, pero falta enfocar más en cuáles son las necesidades que satisfacen primordialmente para que así la Empresa mediante sus trabajadores puedan desempeñarse mucho mejor. También es cierto que las atenciones de los mozos no generan un adecuado ambiente de confianza que van muy estrechamente relacionado con la calidad de servicio que brinda, según el cuadro N°5 de la encuesta un 37% opinan que la atención es regular las veces que se atienden a los clientes, pero esto es por los intereses personales que prima de cada empleado al término del día. Según la encuesta el servicio de atención, tienen que tomar más en cuenta la organización mediante charlas, capacitaciones e incentivos, deben mejorar este tipo de beneficio, esto va muchas veces ligad de la mano de que tanto conocimiento tenga el trabajador acerca del compromiso con la empresa sobre tener satisfecho al cliente. En el cuadro N°8 muestra que un 52% opina que es regular la atención del personal desde su llegada del cliente. El tema importante es el grado de satisfacción que los clientes perciben a través de nuestros servicios, siendo un motivo vital por la cual la empresa viene trabajando continuamente, pensando en el grado de compromiso que tiene con la clientela. Como se muestra en el cuadro N°18 que el 93% consideran satisfechos. En conclusiones: la satisfacción a los clientes es esencial para la supervivencia de la empresa. Los clientes esperan que el producto o la calidad de servicio satisfaga una necesidad, y no que les cree problemas. Lograr mayores y mejores niveles de satisfacción como quedo plasmado más arriba significa para la empresa mayores niveles de rentabilidad. Para ello es necesario conocer cuáles son las necesidades de los usuarios, adaptándose a las mismas y procediendo luego a su medición. La empresa Restaurant Turístico “EL MOCHICA”- Trujillo S.A.C. debe ponerse más

énfasis en los indicadores de medición de la satisfacción del cliente como por ejemplo el tema de servicios, percibido, factores de influencia, valor al cliente que se deben mantener entre las empresas y empleados, a fin de poder desarrollar una mejor calidad de atención al cliente.

Nina y Trujillo (2015) en su investigación: *Gestión empresarial en la calidad de servicio de las empresas turísticas del distrito de Santa Teresa 2013-2014*. Con el siguiente problema ¿Cuál es la relación que existe entre la relación empresarial y la calidad de servicio en las empresas turísticas del distrito de santa teresa en el periodo 201-2014? Con el siguiente objetivo general: determinar la relación que existe entre la gestión empresarial y la calidad de servicio en las empresas turísticas del distrito de santa Teresa en el periodo 2013-2014 con los siguientes objetivos específicos: identificar el estado de gestión empresarial que aplican los propietarios y gerentes de las empresas turísticas del distrito de santa Teresa en el periodo 2013-2014. Describir la calidad de servicio que brindan las empresas turísticas del distrito de santa Teresa en el periodo 2013-2014. Con la siguiente metodología: no experimental cuantitativa con una investigación longitudinal porque es un estudio que se realizó en diferentes puntos de tiempo (2013-2014) obteniendo los siguientes resultados: la edad mínima de los propietarios es de 26 años y la edad máxima es de 57 años. generando un promedio de 41 años. Se aprecia que las edades predominantes de los propietarios de las empresas turísticas del distrito de Santa Teresa oscilan entre 42 a 49 años, que equivale al 33.33% del total de los propietarios. Es esta edad entre los 42 y 49 años. El 50.42% de los empresarios son de género masculino y el 39.58% son de género femenino. El 43.80% de los propietarios de la empresa tienen un máximo grado de

instrucción alcanzado. 25% secundaria y el 16.70% superior técnico y universitario no concluido y el 14.60% superior técnico y universitario concluido. Los dueños califican sus empresas a cuanto a la aceptación de sus servicios. El 10.24% casi nunca el 17.71% esporádicamente el 19.79% concluyen que los servicios que brindan las empresas son aceptados frecuentemente, pero no por satisfacción al cliente, sino por los turistas acomodan sus necesidades y requerimientos a los servicios que brindan. El 17.19% pésima, el 21.88% mala, el 45.31% regular, el 10.42% buena, el 5.21% excelente. Gran porcentaje de los clientes están inconforme con el actuar de los trabajadores cuando se presenta el problema, puesto que muchos de ellos no ayudan a la situación. En conclusiones en nivel de gestión empresarial inadecuado índice directamente en la administración de empresas turísticas del distrito de Santa Teresa. Puesto que la mayoría de las empresas no tienen un gerente profesional, que cuente con los conocimientos técnicos necesarios para la administración de forma efectiva a su empresa, generando una rentabilidad económica en el tiempo. Se concluye que el nivel de calidad servicio brindado por las empresas turísticas es de carácter regular. sin embargo, esto no es un factor que incida directamente en la afluencia turística, porque si bien es cierto el servicio brindado no es satisfecho plenamente las expectativas del cliente; pero las atractivas turísticas en especial Cocalmayo, hacen que santa teres siga siendo visitado, a pesar de la calidad del servicio que se brinda en el distrito.

Escandón (2017) con el siguiente título: *Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil*. Tuvo el siguiente problema, ¿Cómo influye la optimización del perfil

y la reorganización del servicio al cliente en la demanda turística del bar restaurante Macho Sports de la ciudad de Guayaquil? A su vez planteo el siguiente objetivo general: Proponer un plan de acción estratégico enfocado a la optimización del perfil y la demanda de los servicios en el bar restaurante Macho Sports. Y plantea los siguientes objetivos específicos Elaborar un marco conceptual donde se presente información referente a la calidad de servicios y demanda turística. Determinar mediante un diagnóstico las estrategias para lograr la afluencia turística en el restaurante. Establecer una propuesta para la mejora de los servicios del bar-restaurant con enfoque a la optimización del perfil. La metodología empleada es deductivo-inductivo servirá para la descripción y observación que se estudiará partiendo de lo general a lo particular, el histórico-lógico estudiará la historia de la demanda de los demás restaurantes a su alrededor, basándose en fuentes primarias y secundarias. Tipo de investigación es cuantitativo y cualitativo. Obtuvo los siguientes resultados: el 3 % personas encuestadas acuden con frecuencia a dicho lugar en contraste al 77% de personas que acuden de manera esporádica siendo esto los clientes potenciales a los que se debe enfocar así mismo el porcentaje de visita es muy alentador ya que existe la demanda necesaria para que el proyecto se ejecute satisfactoriamente. El 36% prefiere la ambientación de lugar junto con el 29% que busca una atención óptima de los encargados de dicho establecimiento, solo el 9% de encuestados tomo en consideración los precios bajos como un factor indispensable. El 36% y 32% califican el servicio del establecimiento como indiferente y malo respectivamente esto demuestra que se debe mejorar la calidad del servicio para satisfacer la demanda de clientes y posibles clientes potenciales. El 78% sostuvo que el servicio es malo por parte de los empleados, solo un 22%

dijo que el servicio es bueno, lo cual demuestra que se debe implementar capacitaciones sobre la calidad de servicio. El 49 % de insatisfacción de los clientes causando un malestar y no llenando las expectativas necesarias y agilizar el uso de medidas urgentes para salvaguardar la imagen del restaurante y permanencia en el mercado competitivo. En la gráfica se aprecia la inseguridad en los consumidores sobre si visitaría nuevamente el bar/restaurante está latente con un 58% siendo esta la mayoría, un 27% no regresaría por el mal servicio obtenido solo un 15% sostuvo que regresaría por el ambiente del lugar. Con un alentador 27 % se tiene la posibilidad y opción a mejorar el producto a ofertar para el crecimiento de la demanda local y extranjera y posicionarlo como un producto de calidad en el ámbito nocturno en cuanto a la alimentación y bebida del mismo ya que escasamente en la ciudad un local tiene tantos ambientes en uno solo acorde con sus precios módicos. conclusiones: Después de haber realizado el informe de investigación en base a los resultados obtenidos se puede concluir que: Los resultados en la calidad de los servicios revelan que en la empresa los empleados ofrecen los servicios, pero no de manera correcta, no prestan atención a las necesidades del cliente. Que no brindan una atención personalizada siendo varios de los encuestados clientes frecuentes, la gran mayoría indicó que no reciben un trato amable y algunos respondieron que a veces. Se puede decir que este resultado no cumpliría los parámetros de satisfacción al cliente. La innovación del servicio no es lo mismo que una remodelación de infraestructura; entonces si hablamos de cambios se debe investigar de qué manera se puede mejorar nuestros servicios en beneficio del cliente. Es demasiado el tiempo que esperan para ser atendidos

provocando malestar y pérdida de tiempo a los clientes, además que los ambientes en donde esperan no tiene la capacidad adecuada.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Según la ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeñas Empresas

Descripción de las micro y pequeñas empresas

Art. 2 La micro y pequeña empresa es la unidad económica que está constituido por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial y tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de todo tipo de bienes o prestación de servicios.

Ley 30056

Características de las micro y pequeñas empresas

Art. 5 todas las micro y pequeñas empresas deberán determinar la categoría empresarial que le corresponde en sus niveles de ventas anuales.

Micro empresa: ventas anuales son hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT)

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1.700 unidades impositivas tributarias (UIT).

Mediana empresa: ventas anuales superior a 1.700 UIT y hasta el monto máximo 2.300 UIT.

Según la Ley 28015

Artículo 5 la labor del Estado, en promoción de las MYPE está orientado con los siguientes lineamientos.

- Promover y desarrollar eventos e instrumentos que instimulen la creación, el desarrollo y competitividad de las MYPE, en el corto y largo plazo que beneficie la sostenibilidad económica, financiera y social de los actores implicados.
- Promover y facilitar el afianzamiento de las actividades y tejidos empresarial, a través de la articulación inter e intersectorial, regional y de las relaciones, que existe entre las unidades productivas de múltiples tamaños, promoviendo al mismo período la asociatividad de las MYPE, la integración en cadenas productivas, distributivas y líneas de actividades con ventajas distintas para generar empleo y desarrollo socio económico de nuestro país.
- Fomentar a través del espíritu emprendedor y creativo de la población que promueve iniciativas e inversiones privadas, en dichas acciones que lleve el sector privado en apoyo a todas las MYPE.
- Buscar la eficiencia en la inversión pública, a través de las especializaciones de las actividades. Económicas en coordinaciones y concertaciones interinstitucional.
- Difundir la información y datos estadísticos que cuenta el estado y que gestionada de una manera pública represente un elemento de desarrollo, competitivo en el conocimiento de las situaciones de las MYPE.
- Priorizara el uso de los recursos que están destinados para el desarrollo financiera y a la formalización de la MYPE organizadas en consorcio, conglomerados a los asociados, para la formalización y desarrollo.

- Propiciara al acceso en condiciones de equidad del género de los hombres y mujeres que conducirán o laboran en la dicha MYPE a la misma vez las oportunidades que ofrecen los programas de servicios de promociones, para la formalización y desarrollo.
- Promueve las participaciones de los actores locales y representativos de la correspondiente a las actividades productivas de las MYPES, en las ejecuciones de políticas e instrumentos, indagando la afinidad de instrumentos y acciones en los zonas regionales y locales o en las cadenas lucrativas y distributivas.
- Promoverá a la asociatividad y agremiaciones empresariales, como estrategias de los fortalecimientos de la MYPE.
- Anticipa y certifica el acceso de la MYPE a mecanismo eficiente de la protección de los derechos de las propiedades intelectuales.
- Comenzará el aporte de las cooperaciones técnicas de los organismos internacionales, orientados asía el desarrollo y crecimiento de las MYPE.
- Inicia la prestación de servicios institucional y empresarial por parte de las diferentes universidades, a través de los incentivos, en las diferentes etapas de los proyectos de dichas inversiones, y en el estudio de factibilidad y mecanismo de poder facilitar para su puesta marcha.

Tipos de Micro y Pequeñas Empresas

Micro y pequeña empresa de subsistencia: son unidades económicas sin capacidad de generar utilidades a la empresa y no están constituidas formalmente, lo cual genera un riesgo al capital.

Micro y pequeñas empresas de acumulación: son todas las que tienen la capacidad de generar utilidades que puede cubrir todos sus costos y así mantiene un capital seguro, para el crecimiento de la empresa.

Objetivos de las PYME

Camarena (2012) nos redacta los siguientes objetivos de las micro y pequeñas empresas:

- Son formadas con el único objetivo de obtener ganancias a corto plazo.
- Pueden contribuir al PBI
- Ampliar un mercado interno y externo para beneficiar a la población.
- Contribuye a la recaudación de tributos.
- Se incrementan en su participación de acuerdo en donde estén ubicados los sectores económicos.

Ventajas de las PYME

Dinamizan a nuestra economía de todas las naciones.

Promueve una mayor transparencia en los mercados.

Forma grandes cantidades de empleo para sociedad.

Las inversiones son mínimas para la creación.

La dirección está más centralizada en las tomas de decisiones.

La estructura administrativa es más simplificada en donde disminuyen los gastos.

Permite grandes distribuciones democráticas en los ingresos.

Tiene gran posibilidad de extenderse en todos los países convirtiéndose en grandes empresas.

Desventajas

Existe muchas dificultades para introducirse en los mercados competitivos.

Dichos salarios son demasiados bajos.

No manejan los controles de calidad.

No tienen poder para tomar decisiones en el medio.

Tienen restricciones para permitir a la información y a la investigación.

Existen muchas dificultades para acceder en los mercados externos.

Tienen enorme dependencia de los propietarios

Tipos de empresas según razón social

Sociedad Anónima (S.A.)

Es una de las formas de las organizaciones de tipo capitalistas y son utilizadas en las grandes empresas, todo su capital se encuentra dividido en acciones que representa la participación de cada socio en el capital de la organización. Esto significa que la S.A. puede actuar como persona jurídica.

Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)

Es una de las figuras más dinámica, y las más recomendadas para una empresa familiar, y tiene las siguientes características.

Puede funcionar si el hecho de que uno de los requisitos de la S.A.C. sea un máximo de 20 accionistas, no implica que vea limitada su posibilidad de manejar grandes capitales.

La S.A.C. no tiene acciones inscritas en el registro público del mercado de valores.

Como se constituye:

Nombre de la sociedad.

Capital social.

Tener mínimo de 2 socios y no más de 20 socios.

Designar un gerente general y establecer sus facultades.

Establecer si va a tener o no directorio.

Domicilio y duración.

Sociedad Comercial de Responsabilidades Limitada (S.R.L.)

El capital en esta sociedad está dividido en partes iguales, que no puedan ser incorporadas en títulos valores, ni denominarse acciones. Y los socios no pueden excederse más de 20, y el capital debe estar pagado en no menos del veinticinco por ciento de cada participación y se debe depositar en entidades bancarias o financieras.

Empresa Individual de Responsabilidades Limitadas (E.I.R.L.)

Características

Es una persona jurídica que tiene un patrimonio distinto al de su titular.

El título de la EIRL es simple una persona natural.

La EIRL es simple comercial.

La EIRL podrá desarrollar operaciones civiles y comerciales.

El administrador es el titular, quien representa a la EIRL judicial y extrajudicialmente, con todas las facultades administrativas y disposiciones.

Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)

Es una persona jurídica dedicada a actividades mercantiles, y está formada por un patrimonio de los accionistas, que son responsables hasta el momento de sus aportes respectivos, y también están sometidas a la fiscalización de la superintendencia de valores, donde se puede hacer ofertas públicas las acciones.

Características

Debe inscribirse en la bolsa de comercio.

Tener al menos 500 accionistas para poder constituirse y hacer una sociedad de capitales, y no importa quien sean los socios y se debe tener en cuenta que los socios tengan mayores acciones tienen el poder de la decisión en la sociedad.

Al menos el 10% del capital suscrito debe pertenecer a más de cien accionistas, y dichas acciones quedan en nombre del dueño.

Deben de registrarse voluntariamente por las disposiciones y normas de la superintendencia de valores y seguros.

Importancia de las Mypes en el Perú

Según datos del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleos a más del 80% de la población económicamente activa (PEA) y genera cerca de 45% del producto bruto interno (PBI) la cual está constituyendo como el principal motor del desarrollo del Perú, la importancia está basada en lo siguiente:

Ofrece abundantes puestos de trabajo para la sociedad.

Reduce la pobreza mediante actividades de generación de ingresos.

Incita el espíritu empresarial y el perfil emprendedor de la sociedad.

Incrementa la distribución del ingreso.

Favorece al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Está generando grandes fuentes de desarrollo del sector privado.

Tamaño de empresa

Está conformado por:

La micro empresa.

La pequeña empresa.

La mediana empresa.

La gran empresa.

Gestión de calidad

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

Calidad: es lograr la satisfacción total de los clientes por medio de un trabajo excelente desde la primera.

Chicana (2017) sostiene que la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las organizaciones planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones.

Calidad

Según la norma ISO 9000 es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas que son necesarias para proveer la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos y expectativas de calidad.

Calidad también se trata de hacer las cosas bien de una manera correcta desde la primera vez donde se puede cumplir con todos los deseos de los clientes.

Objetivo de gestión de calidad: es incrementar la satisfacción del cliente, mediante los procesos de mejora continua, para que las organizaciones apliquen y garanticen su capacidad de ofrecer sus productos que cumplen con las exigencias que soliciten los clientes.

Álvarez (2006) nos dice que la calidad siempre representara una mejora continua en las cuales todas las organizaciones vienen buscando las necesidades de los clientes para satisfacerles sus necesidades, con una participación activamente en la prestación del servicio.

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

Deming (2005) nos dice que la calidad es satisfacción del cliente.

Se habla de calidad cuando se hacen las cosas bien de una manera correcta donde podamos satisfacer todas las esperanzas de los clientes. Además, debemos lograr que los empleados siempre se sientan bien y motivados en su trabajo para que el cliente aprecie su trabajo.

Podemos decir que existe calidad cuando las necesidades de los clientes son satisfechas por la empresa y están dispuestas a pagar cualquier precio sea. Podemos deducir que la calidad es correcta cuando tratas de investigar en primer lugar las necesidades que tiene los clientes.

Principios de la gestión de calidad

El enfoque hacia el cliente: lo que se quiere decir o conocer es que la gestión de calidad se tiene que conocer a la perfección todas las necesidades que tienen los

clientes tanto actuales y futuras con el objetivo de atenderlas a ellas y que los clientes e sientan satisfechos.

El liderazgo: se trata de la unidad de propósito que establecen los líderes de las empresas.

Enfoque en hechos para poder tomar decisiones fundamentales: son las que están basadas en los análisis de los datos e información se viene manejando en una empresa.

Importancia de la gestión de calidad

Riquelme (2017) nos dice que la gestión de calidad es un principio de negociar y garantizar las excelencias en los productos y servicios en los procesos internos de una empresa. Por otro lado, las empresas que usan la información de ellos para identificar debilidades, fallas, área de mejora y fortalezas. Esto le viene dando a la empresa la capacidad de establecer grandes normas, para realizar ajustes cuando sea necesario donde se puede ofrecer un mayor valor global a su base de clientes. Aunque el enfoque para resolver problemas de calidad varía de acuerdo a los diferentes programas que existen, con el objetivo de seguir siendo el mismo: lo importante es crear un producto o servicio de alta calidad y de alto rendimiento con el objetivo que cumpla y supere las expectativas de los clientes tanto internos y externos, cuando las empresas son creadas y formadas en una gestión de calidad, son creadas de acuerdo a un plan para el éxito.

Características de la gestión de calidad

Se asegura desde su origen, en la compra de insumos y en la ejecución exacta del trabajo.

Se orienta al consumidor sus opiniones, necesidades y expectativas deben integrarse en el diseño de productos y servicios.

Es responsabilidad de todos, y se origina desde el diseño de los sistemas directos.

Se orienta a las prioridades y depende de la capacitación de innovación tecnológica y el grado de involucramiento de los empleados en el proceso.

Paso para conseguir una certificación de calidad

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

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

Implementación del sistema: se diseñan y se registraran las metodologías, procesos y áreas del funcionamiento que involucren a la planificación de la calidad.

Auditoria interna: al implementarse el sistema de gestión de calidad se debe realizar una serie de evaluaciones con el objetivo de confirmar que el mismo cumpla con los requisitos señalados en la norma.

Certificación: una vez culminado con la comprobación, que el sistema cumpla con todos los requisitos y esta implementado debidamente en la organización, se debe contar con las autoridades que están a cargo de la certificar la norma.

Como organizar el departamento de calidad: se organiza con el objetivo de que la empresa mejore sus rendimientos y por el motivo de tener una mayor satisfacción al cliente de esta manera se debe crear bajo lo siguiente:

Enfoque al y para el cliente: el cliente es el mayor activo que cuenta la organización por ese motivo la satisfacción es nuestra obligación con el cliente.

Liderazgo: es la que trasmite siempre a la organización sobre el compromiso con los objetivos diseñados por la empresa.

Compromiso de las personas: una vez que la dirección de la empresa ha creado un ambiente adecuado al en torno al compromiso con la calidad. El resto del equipo debe sentirse parte de ella.

Enfoque del proceso: se debe identifica, entender y administra un sistema de procesos interdependientes con objetivos comunes que permite a la organización la eficiencia y eficacia. Y por final la importancia el departamento de calidad como anexo de todos los departamentos.

Mejora continua: una empresa u organización que no cuente con el ADN la mejora continua se dice que es una empresa muerta, el departamento de calidad estimula a que esto no ocurra, exigiendo objetivos de mejora de forma periódica a todos los departamentos de la organización.

Toma de decisiones basadas en hechos tangibles: al crear un proceso de trazabilidad en toda la organización, los fallos son detectados con la mayor rapidez, y a la vez la mejora es continua y esto hace que las decisiones sean ágiles y con información real.

Proveedores: al implantar un sistema de calidad se tiene que involucrar a todos los proveedores, lo cual esto beneficiara considerablemente a la empresa ya

que abra proveedores que no cumplan con ciertos requisitos se tiene que ayudar para que los consigan o de lo contrario se cambiara de proveedores.

Un buen departamento de calidad debe contar con lo siguiente:

Dirección de calidad: debe conocer bien todas las normas ISO y tener un responsable que conozca bien el proceso de la empresa.

Se debe crear un comité de calidad: está conformado por algún responsable de cada departamento de la empresa por lo cual ellos serán los responsables de implantar el sistema en cada uno de los departamentos. Lo ideal se debe considerar que este puesto sea rotativo con el objetivo de tener gente más implicada.

Nebrera (2010) nos dice que un cliente es toda persona que tenga relación con la empresa. Y existen dos tipos de clientes tanto externos e internos los externos son, los primeros clientes son los típicos quienes nos compran nuestros productos y los internos son los propios trabajadores de las micro y pequeñas empresas donde trabajan.

Fleitas (2011) nos dice que la atención al cliente es un conjunto de estrategias que las organizaciones diseñan para satisfacer, mejorar que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes internos, en otras palabras, la atención al cliente es indispensable para el desarrollo de dichas organizaciones.

Atención al cliente: es lo que ofrecen las empresas con el objetivo de relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrecen las empresas con el fin, de que los clientes obtengan los productos en el momento adecuado y lugar adecuado.

Objetivos de la atención al cliente

Escuchar siempre al cliente: se atiende a sus necesidades y a sus requerimientos. Lo que se busca es entender cuáles son sus expectativas.

Asesorarlo: lo que se busca es darle las mejores opciones disponibles de los productos y servicios que satisfagan sus necesidades y deseos.

Responder todas sus inquietudes: responder a tiempo todas sus inquietudes con el objetivo de mostrar un producto o servicio de calidad.

Aclara sus dudas: con el objetivo que el cliente se sienta satisfecho con la adquisición del producto o servicio.

Ofrecer todas las garantías: con el objetivo que el cliente se sienta satisfecho que su decisión es la correcta.

Comprometerse con el cliente: siempre se debe hacer un seguimiento de satisfacción con el objetivo de saber si el producto o servicios alcanzo sus resultados esperados.

Características de atención al cliente

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

Habilidades para preguntar: los encargados de la atención al cliente saben que hacer las preguntas correctas pueden arrojar las respuestas necesarias más rápido para resolver a los problemas.

Responsable: para trabajar en el área de atención al cliente, se debe tener en cuenta todas las responsabilidades que se debe afrontar ya que cubre también las habilidades del gerente de tomar responsabilidades por los errores.

Completo: el representante debe atender y resolver en la situación oportuno al cliente asta complacerlo.

Entendido: los agentes de atención al cliente deben ser completamente expertos ya que ellos son los responsables de que lleve a la satisfacción del cliente.

Preciso: el representante de la atención al cliente debe estar 100% seguro acerca de la indagación, debe ser objetivo junto a las precisiones de hechos, el representante debe ser exacto en las acciones realizadas por parte del cliente

Puntual: con el objetivo de atender al cliente con la mejor rapidez, y no tenga que esperar en la llamada o atiende por un representante disponible por que esto incomoda al cliente.

Importancia de la atención al cliente

Radica en los siguientes aspectos:

La competencia es cada vez más agresiva por lo que uno debe ofrecer algo diferentes como es los productos agregados.

Los clientes reciben una mejor atención y es por eso que vuelvan a adquirir nuestros productos o servicios o vuelvan a visitarnos.

Si los clientes le brindamos una buena atención es probable que recomienden a otros clientes o consumidores.

Sí los clientes quedan insatisfechos por los productos o servicios, es probable que hablen mal de nuestra empresa y relaten su experiencia con otros consumidores.

Las competencias cada vez se van equipando más en la calidad por lo que marca la diferencia, esto hace que los clientes confíen más en nuestros productos y servicios que les brindemos.

Proceso de atención al cliente

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

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

acusar la presencia del cliente:

Sonreír y saludar.

Personalizar el contacto.

Invitar a hablar al cliente.

Utilizar un tono de voz amable.

Mirar a la cara del cliente.

Orientarse hacia el cliente.

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

Observar al cliente.

Escuchar activamente.

Sentir la posición del cliente.

Preguntar de modo no rutinario.

Reformarle mientras habla.

Asegurar la petición.

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

Identificar la necesidad.

Centrarse en su satisfacción.

Hacerse comprender amablemente.

Dedicar el tiempo necesario.

Asegurar la satisfacción.

Finalizar: el objetivo es asegurarse que la necesidad ha sido resuelta.

Interesarse por sus peticiones añadidas.

Despedirse amablemente.

Hacerse comprender amablemente.

Mirar y sonreír al cliente.

No demorar el final.

Bases conceptuales

Restaurante

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

Características de los restaurantes

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

Las 5 clasificaciones de restaurantes por tenedores y los requisitos que deben cumplir

Restaurantes de lujo (5 tenedores) : son los restaurantes que cuentan con una organización eficaz y cuentan con políticas internas y externas, y a la vez cuentan con los materiales de mejor calidad y se especifica así: la entradas a los clientes son independientes, cuenta con un guardarropa, armarios roperos y aseos con duchas para el personal, sala de espera, un bar, aire acondicionado un ascensor si es que cuenta con una planta superior, teléfonos con cabinas y teléfonos inalámbricos, complementos como un bufet frio a la vista mesas con flameadores, el personal completamente uniformados, conocimientos tanto de inglés y francés del jefe de la sala, platos de cocina tanto nacional como internacional, variedades de vinos de diferentes marcas que tengan un prestigio reconocido, la cocina debe estar equipada con bodega con cámara de frigorífico , almacén, hornos, gratinador , parrillas para pescados y carnes.

Restaurante de primera: (4 tenedores) son conocidos como full service y se diferencia de las de lujos porque su estrategia de venta es diferente pero sus condiciones son muy parecidas al del restaurante de lujo. las entradas a los clientes son independientes, cuenta con un guardarropa, armarios roperos y aseos con duchas para el personal, sala de espera, un bar, aire acondicionado un ascensor si es que cuenta con una tercera planta, servicios sanitarios independientes con las instalaciones de lujo para caballeros señoritas, con agua caliente y fría en los lavados., la decoración está de acuerdo con el establecimiento, teléfonos con cabinas y teléfonos inalámbricos, complementos como un bufet frio a la vista mesas con flameadores, el personal completamente uniformados, conocimientos tanto de inglés y francés del jefe de la sala, platos de cocina tanto nacional como internacional, variedades de vinos de diferentes marcas que tengan un prestigio reconocido, la cocina debe estar equipada

con bodega con cámara de frigorífica , almacén, hornos, gratinador , parrillas para pescados y carnes.

Restaurante de segunda (3 tenedores) : también se le conoce como como restaurante turístico se les diferencia de los dos anteriores por que no cuenta con un acceso especial para los empleados y proveedores y la entradas son independientes la utilizada por los vendedores en horario de atención al público, los comedores son superficie adecuados a su capacidad, calefacción, teléfono, servicios sanitarios independientes para caballeros y señoritas con agua caliente y fría en los lavados de mano, aseo para el personal de servicio, muebles, bajillas, mantelería cocina con cámara de frigorífica, baterías de calidad, horno refrigerador, extractores de humos, la carta siempre debe estar de acorde con el establecimiento, los conocimientos siempre con el francés e inglés del primer jefe de la sala.

Restaurante de tercera (2 tenedores): este tipo de restaurante solo se necesita tener insumos resistentes sin necesidad de ser lujosos y cuenta con lo siguiente. Un comedor con superficie adecuada a su capacidad, mobiliario apropiado, teléfono, vajilla de loza o vidrio, cristalería sencilla y en un buen estado, servilletas de tela o papel, los servicios deben ser independientes para señoritas y caballeros, la cocina debe contar con fregadero y agua corriente, refrigeradora con nevera y un extractor de humos, el personal de atención al menos contar con chaqueta blanca, la carta debe ser sencilla con variedades de platos.

Restaurante de cuarta (1 tenedor): el comedor debe ser independiente de la cocina cubertería inoxidable, la vajilla debe ser de loza o vidrio contar con una cristalería sencilla, pero en buen estado, servilletas de tela o de papel. Los servicios

sanitarios deben ser decorados, personal perfectamente aseados y por ultimo una cartera sencilla, con variedades de platos.

Como se debe formar los objetivos de un restaurante: teniendo en cuenta lo siguiente:

Objetivo general: todos los restaurantes deberían tener diferentes objetivos generales con relación a 4 factores importantes: la comida, el servicio, el beneficio y la longevidad.

Comida: depende de los tipos de comida, el restaurante debe tener un objetivo claro con las expectativas del cliente que quede satisfecho y que esté dispuesto a regresar.

Servicio: uno de los objetivos generales debe ser la calidad del servicio marca la diferencia entre un cliente satisfecho y uno decepcionado. Por qué los clientes no van a los restaurantes únicamente a comer, sino que también lo hacen por regalarse o tener una experiencia.

Rentabilidad: uno de los objetivos generales también los restaurantes deben tener en cuenta siempre el margen del beneficio por que todos los restaurantes existen con el fin de generar un beneficio.

Longevidad: los mejores restaurantes se mantienen por la gran reputación y la posición en el mercado que van construyendo entre todos los clientes lo que motiva la boca a boca, esto permite que sea más rentable.

Objetivos específicos: son aquellos que buscan un resultado concreto de acuerdo a los objetivos generales para logra el éxito.

Un servicio: son nada menos todas las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes.

López (2013) es dice que un servicio es uno de los medios para entregar un producto o un valor a los clientes, facilitándolos los resultados que los clientes buscan y quieren conseguir

Calidad en el servicio.

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

Características de los servicios: los servicios pueden ser administrativos tanto desde el estado como de los sectores privados, incluso pueden ser mixtos y se pueden definir.

como heterogéneos ya que los servicios que se brinda o se presta jamás se pueden identificar por diversas variables o intangibles por que los clientes no pueden tocarlos ni verlos.

Atención al cliente

Gomes (2006) nos dice que la atención al cliente: es nada menos aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas hacia los clientes con el objetivo de satisfacer su necesidad de los clientes. Y que todos sus trabajadores deben de conocer sobre la atención al cliente, con el objetivo de brindar una buena atención y poder lograr todos los objetivos de la empresa.

ISO 9001

Es estándar porque ha sido acogida por todo tipo de empresa y tamaño alrededor del mundo. Se dice estándar por que detalla los requerimientos para la

implantación de un sistema de gestión de calidad. Y contar con un ISO 9001 es una de las ventajas competitiva y estrategia que tienen las empresas con el objetivo de lograr una mejor imagen y posicionamientos en el mercado porque en la actualidad existe la competencia entre todas las empresas y lo que se necesita es diferenciarse de las demás y ser competitivas.

III. HIPÓTESIS

En nuestra investigación no se toma en cuenta la hipótesis porque es una investigación de nivel descriptiva cuantitativa según Hernández Sampieri (2014) porque en esta investigación el propósito es solo describir las características más importantes de las variables.

IV. METODOLOGÍA

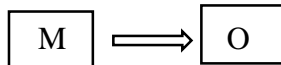
4.1 Diseño de la investigación

El diseño que se emplea en esta investigación es no experimental, transversal y descriptivo.

No experimental: porque la investigación se realiza sin manipular la variable de gestión de la calidad en atención al cliente, porque se estudiará tal como se presenta en el entorno de la realidad.

Trasversal: porque tiene una estructura que se puede medir en aspectos de tiempo y espacio determinado, donde se tiene un inicio y un fin.

Descriptivo: identificamos las características más importantes de la variable, las Mypes y la realidad como se encuentra



Donde:

M = Muestra conformada por las Mypes encuestadas.

O = Observación de las variables gestión de calidad en atención al cliente.

4.2 Población y muestra

Población

La población estuvo conformada por 11 empresas de restaurante ubicados en la urbanización los Jardines, Trujillo, 2018 las cuales fueron obtenidas de la información brindada por la Municipalidad Provincial de Trujillo.

Muestra

Por ser una población pequeña se tomó de muestra elegidas por conveniencia con una población muestral de 11 empresas de restaurante ubicado en urbanización Los Jardines, Trujillo 2018.

4.3 Definición y Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	ESCALA DE MEDICIÓN E INDICADORES
Perfil de los representantes de las MYPES.	<p>Dueño: es la persona que poseedor de una cosa y cuenta con un dominio, y potestad de mando sobre algo.</p> <p>Administrador: es la persona que es nombrada para dirigir, gestionar o un negocio de una empresa o entidad, con el objetivo de lograr objetivos.</p>	Edad	Nominal: ❖ De 18 -30 ❖ De 31 -50 ❖ 51 a más años
		Género	Nominal: ❖ Masculino ❖ Femenino
		Grado de instrucción	Nominal: ❖ Sin instrucciones ❖ Educación básica ❖ Superior no universitaria ❖ Superior universitaria.
		Cargo que desempeña	Nominal: ❖ Dueño ❖ Administrador
		Tiempo que desempeña el cargo	Cuantitativo: ❖ de 0 a 3 años ❖ de 4 a 6 años ❖ 7 a más años
		Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.	Razón: ❖ 0 a 3 años

Perfil de las MYPE	MYPE: es la unidad económica que está constituido por una persona natural y jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial y tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de todo tipo de bienes o prestación de servicio.		<ul style="list-style-type: none"> ❖ 4 a 6 años ❖ 7 a más años
		Número de trabajadores.	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> ❖ 1 a 5 trabajadores ❖ 6 a 10 trabajadores ❖ 11 a más trabajadores
		Las empresas que trabajan en su empresa son	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Familiares ❖ Personas o familiares
		Objetivo de la creación.	Nominal: <ul style="list-style-type: none"> ❖ Generar ganancias ❖ Subsistencia.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	ESCALA DE MEDICIÓN E INDICADORES
Gestión de calidad	<p>Según la norma ISO 9000 es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas que son necesarias para proveer la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos y expectativas de calidad.</p> <p>Calidad también se trata de hacer las cosas bien de una manera correcta desde la primera vez donde se puede cumplir con todos los deseos de los clientes.</p> <p>Objetivo de gestión de calidad: es incrementar la satisfacción del cliente, mediante los procesos de mejora continua, para que las organizaciones apliquen y garanticen su capacidad de ofrecer sus productos que cumplen con las exigencias que soliciten los clientes.</p>	Conoce el termino Gestión de Calidad	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento.
		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
		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
		Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluación de 360° e) Otros

		La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	a) Si b) No
		La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la empresa	a) Si b) No c) A veces
Atención al cliente	Es lo que ofrecen las empresas con el objetivo de relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrecen las empresas con el fin que de que los clientes obtengan los productos en el momento adecuado y lugar adecuado	Conoce el termino atención al cliente	a) Si b) No c) Tengo cierto conocimiento.
		Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	a) Si b) No c) A veces
		Cree que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento	a) Si b) No
		Herramientas que utiliza para un servicio de calidad.	a) Comunicación b) Confianza c) Retroalimentación d) Ninguno
		Cuáles son los Principales factores de la calidad al servicio que brinda.	a) Atención personalizada b) Rapidez en la entrega de los productos

			<p>c) Las instalaciones</p> <p>Ninguna</p>
		La atención que brinda a los clientes es	<p>a) Buena</p> <p>b) Regular</p> <p>c) Malo</p>
		Porque considera usted que se está dando una mala atención al cliente	<p>a) No tiene suficiente personal.</p> <p>b) Por una mala organización de los trabajadores.</p> <p>c) Si brindan una buena atención al cliente.</p>
		Qué resultados ha logrado brindando una buena atención al cliente	<p>a) Clientes satisfechos</p> <p>b) Fidelización de los clientes</p> <p>c) Posicionamiento de la empresa</p> <p>d) Incremento en las ventas.</p>

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se empleó la técnica de la encuesta, para la recolección de datos

Encuesta: es un instrumento de mercados, lo cual consiste en obtener información de la población encuestada mediante el uso de cuestionarios diseñados para obtener información específica.

El instrumento es el cuestionario.

Cuestionario: es una herramienta de investigación que consiste en una Serie de preguntas que debe estar redactadas de una forma coherente y organizadas con el objetivo de obtener información de los consultados y son diseñados para realizar análisis estadísticos de las respuestas, el cuestionario estructurado de 23 preguntas lo cual fue utilizado como instrumento. Las preguntas están relacionadas en: características de los representantes (5) características de las Mypes (4) gestión de calidad y atención al cliente (14).

4.5 Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en esta investigación fue el análisis descriptivo y se utilizará los programas de Excel, para la tabulación de los datos y la presentación en tablas y figuras y el programa Word para el análisis e interpretación de los resultados.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y Muestra	Métodos	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales 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?</p>	<p>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.</p> <p>Para poder obtener el objetivo general se ha planteado, los siguientes objetivos específicos.</p> <p>objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> . Determinar las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018 . Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector 	<p>Gestión de Calidad:</p> <p>Conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas que son necesarias para proveer la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos y expectativas de calidad.</p> <p>Calidad también se trata de hacer las cosas bien de una manera correcta desde la primera vez donde se puede cumplir con todos los deseos de los clientes.</p> <p>Objetivo de gestión de calidad: es incrementar la satisfacción del cliente, mediante los procesos de mejora continua, para que las organizaciones apliquen y garanticen su capacidad de ofrecer sus productos que cumplen con las exigencias que soliciten los clientes.</p>	<p>Población La población estuvo conformada por 11 empresas de restaurante ubicados en la urbanización los Jardines, Trujillo, 2018 las cuales fueron obtenidas de la información brindada por la Municipalidad Provincial de Trujillo.</p> <p>Muestra Por ser una población pequeña se tomó de muestra elegidas por conveniencia con una población muestral de las 11 empresas de restaurante ubicado en urbanización los Jardines, Trujillo 2018.</p>	<p>Tipo de investigación cuantitativo</p> <p>Nivel de la investigación</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño No experimental, transversal y descriptivo</p>	<p>Técnica: la encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p>

	<p>servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018</p> <p>. Determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante, urbanización los Jardines, Trujillo 2018</p> <p>. Elaborar un plan de mejora de gestión de calidad en atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018</p>	<p>Atención al Cliente</p> <p>Es lo que ofrecen las empresas con el objetivo de relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrecen las empresas con el fin que de que los clientes obtengan los productos en el momento adecuado y lugar adecuado</p>			
--	--	---	--	--	--

4.7 Principios éticos

Protección a las personas

En esta investigación se resguardará a los encuestados puesto que su nombre será confidencial, así mismo se les hablara de manera detallada que es una investigación que no incurre ningún riesgo o algún conflicto.

Beneficio y no maleficencia

En esta investigación prevalecerá la seguridad de los encuestados, por lo contrario, se verá favorable, porque ayudará a mejorar la atención al cliente y al clima laboral dentro de los restaurantes que serán encuestados.

Justicia

En nuestra investigación todos los encuestados serán tratados de forma equitativa y tendrán derecho a ver los resultados al finalizar la investigación.

Integridad científica

En nuestra investigación desarrollaremos las encuestas teniendo en cuenta la integridad del investigador, en nuestra investigación también se plasmará cualquier riesgo o conflicto que se nos presente.

Consentimiento informado y expreso

En esta investigación todas las personas encuestadas serán informadas de una manera detallada del proyecto de investigación que se está desarrollando en la urbanización de esta manera tendrán oportunidades de poder contribuir con el mejor manejo en atención al cliente.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1.

Características de los representantes de las Mypes del sector servicios - rubro restaurantes urbanización los Jardines, Trujillo 2018

Edad		
18 – 30 años	3	27%
31 – 50 años	6	55%
51 a más	2	18%
Total	11	100%
Genero		
Masculino	7	64%
Femenino	4	36%
Total	11	100%
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0%
Educación básica	2	18%
Superior no universitario	3	27%
Superior universitario	6	55%
Total	11	100%
Cargo que desempeña		
Dueño	9	82%
Administrador	2	18%
Total	11	100%
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	2	18%
4 a 6 años	4	36%
7 a más años	5	45%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del servicio – rubro restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018.

Tabla 2.

Características de las Mypes del sector servicio - rubro restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018

Tiempo de la MYPE en el rubro		
0 a 3 años	1	9%
4 a 6 años	4	36%
7 a más años	6	55%
Total	11	100%
Número de Trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	91%
6 a 10 años	1	9%
11 a más años	0	0%
Total	11	100%
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	2	18%
Personas no familiares	9	82%
Total	11	100%
Objetivo de creación		
Generar ganancia	11	100%
Subsistencia	0	0%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicio – rubro restaurantes Urbanización los Jardines, Trujillo 2018.

Tabla 3.

Características de la gestión de calidad en atención al cliente

Conocimiento del termino gestión de calidad		
Si	5	45%
No	1	9%
Tengo cierto conocimiento	5	45%
Total	11	100%
Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	0	0%
Atención al cliente	11	100%
Empowerment	0	0%
Las 5 S	0	0%
Outsourcing	0	0%
Otros	0	0%
Ninguno	0	0%
Tota	11	100%
Dificultad de los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad		
Poco iniciativa	2	18%
Aprendizaje lento	0	0%
No se adaptan a los cambios	9	82%
Desconocimiento del puesto	0	0%
Otros	0	0%
Total	11	100%
Técnica para medir el rendimiento de los trabajadores		
Observación	9	82%
La evaluación	2	18%
Escala de puntuación	0	0%
Evaluación de 360°	0	0
Otros	0	0%

Total	11	100%
Gestión de calidad en el rendimiento del negocio		
Si	11	100%
No	0	0%
Total	11	100%
La gestión de calidad alcanza los objetivos y metas de la empresa		
Si	11	100%
No	0	0%
A veces	0	0%
Total	11	100%
Conocimiento del termino atención al cliente		
Si	7	64%
No	0	0%
Tengo cierto conocimiento	4	26%
Total	11	100%
Gestión de calidad en el servicio al cliente		
Si	11	100%
No	0	0%
A veces	0	0%
Total	100%	100%
Atención al cliente es fundamental		
Si	11	100%
No	0	0%
Tota	11	100%
Herramientas para un servicio de calidad		
Comunicación	7	64%
Confianza	4	36%
Retroalimentación	0	05
Ninguno	0	0%
Total	11	100%
Factor de la calidad al servicio que brinda		

Atención personalizada	5	45%
Rapidez en la entrega de los productos	6	55%
Las instalaciones	0	0%
Ninguna	0	0%
Total	11	100%
Atención brinda a los clientes		
Buena	9	82%
Regular	2	18%
Malo	0	0%
Tota	11	100%
Considera usted mala atención al cliente		
No tiene suficiente personal	3	27%
Por una mala organización de los trabajadores	8	73%
Si brindan una buena atención al cliente	0	0%
Total	11	100%
Resultados obtenida en una buena atención al cliente		
Clientes satisfechos	4	36%
Fidelización de los clientes	3	27%
Posicionamiento de la empresa	0	0%
Incremento en las ventas	4	36%
Total	11	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes urbanización los Jardines, Trujillo 2018

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1.

Representantes

Edad

El 55% tienen entre 31 a 50 años de edad. Esto coincide con Gregoria (2015) concluye que el 33% tienen una edad de 36 a 45 años. Se concluye que la mayoría de los representantes son mayores de edad que se encuentran entre 31 a 50 años de edad.

Genero

El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas son de género masculino. Esto coincide con Antúnez (2017) quien concluye que el 63.6% son de sexo masculino. Se determina que más de la mitad de los representantes encuestados son de género masculino.

Grado de instrucción

El 55% de los representantes encuestados tienen grado de instrucción superior universitario. Esto coincide ligeramente con Gregoria (2015) el 33.3% cuentan con un grado de instrucción superior universitario. La mayoría de los empresarios encuestados tienen estudios superior universitario.

Cargo que desempeña

El 82% encuestadas son dueños. Se confirma que la mayoría de los encuestados son dueños y al mismo tiempo cumplen con el cargo de administradores de dicho negocio.

Tiempo que desempeña el cargo

El 45% de los representantes de las Mypes encuestados tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo. Se concluye que la mayoría tienen más de 7 años en el cargo que se desempeñan.

Tabla 2 características de las Mypes del sector servicios rubro restaurante.

Tiempo de la MYPE en el rubro

El 55% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que la permanencia de la empresa en el mercado es de más de 7 años. Esto coincide ligeramente con Antúnez (2017) quien concluye que el 68.2% de las Mypes tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro. Se concluye que las Mypes del rubro de restaurante tienen más de 7 años de permanencia en el mercado.

Número de Trabajadores

El 91% de los empresarios de las Mypes encuestadas tienen de 1 a 5 trabajadores. Esto coincide con Antúnez (2017) quien concluye que el 63.6% de las Mypes tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría de los representantes de las Mypes cuentan con 1 a 5 trabajadores.

Personas que trabajan en su empresa

El 82% de los representantes de las Mypes encuestadas nos dicen que las personas que trabajan no son familiares. Esto se contradice con Antúnez (2017) que nos dice que la mayoría de sus trabajadores son familiares no tan solo por su competitividad, sino que prefieren dar oportunidad a sus familiares. Se concluye que las personas que trabajan en las Mypes son personas no familiares.

Objetivo de creación

El 100% de los representantes encuestados manifiestan que el motivo de creación de las Mypes es para generar ganancias. Se confirma que las Mypes son creadas para obtener ganancia.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad y atención al cliente

Conocimiento del termino gestión de calidad

El 45% si tienen cierto conocimiento del termino gestión de calidad. Según las bases teóricas Riquelme (2017) la gestión es un principio de negociar y garantizar un excelente producto. En conclusiones la mayoría simple si conocen el termino gestión de la calidad.

Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad

El 100% de los representantes de las Mypes encuestadas conocen la atención al cliente. Esto se relaciona con Jara (2011) quien manifiesta que el 93% de los clientes están satisfechos con la atención al cliente. Según las bases teóricas de Gomes (2006) nos dice que el objetivo de una buena atención al cliente es satisfacer su necesidad del cliente. Se concluye que la mayoría de los representantes si conocen lo que es atención al cliente. Se concluye que la mayoría de los representantes conocen el termino atención al cliente.

Dificultad de los trabajadores en la implementación de la gestión de calidad

El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que las dificultades de los trabajadores no se adaptan a los cambios. Se concluye que el 82% confirman que los trabajadores tienen problemas en los cambios esto dificulta a que se implemente la gestión de calidad y muchas veces no se logra los objetivos de la empresa.

Técnica para medir el rendimiento de los trabajadores

El 82% de los representantes de las Mypes encuestadas manifiestan que para medir el rendimiento del personal lo hacen a través de la observación. Esto coincide con Doming (2005) quien afirma que siempre se debe lograr que los empleados se sientan bien y motivados para que el cliente aprecie su trabajo. Se concluye que la mayoría de los representantes de las Mypes miden el rendimiento a través de la observación.

Gestión de la calidad en el rendimiento del negocio

El 100% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio. Esto coincide con Antúnez (2017) quien confirma que el 59.1% si aplican la gestión de calidad para el mejoramiento del negocio. Se concluye que el 100% de los representantes encuestados si aplican la gestión de calidad y que le ayuda al mejoramiento de su negocio.

La gestión de calidad alcanza los objetivos y metas de la empresa

El 100% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad si permite que la empresa alcance los objetivos y metas de la empresa. Esto coincide con Riquelme (2017) quien afirma que las gestiones de calidad son creadas para un plan al éxito y se puede lograr cada meta en la empresa. En conclusiones la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos de las empresas.

Conocimiento del termino atención al cliente

El 64% de los representantes de las Mypes encuestadas si conocen el termino atención al cliente. Esto coincide con Neblera (2010) quien confirma que un cliente es toda persona que tenga relación con una empresa. En conclusiones la mayoría de los

representantes de las Mypes encuestadas si conocen lo que es el termino atención al cliente.

Gestión de calidad en el servicio al cliente

El 100% de los representantes aplican la gestión de calidad en el servicio al cliente. Esto coincide con Santa y Clolula (2013) quien difieren que el 36% del servicio es de muy buena calidad. En conclusiones los representantes si aplican la gestión de calidad a los clientes.

Atención al cliente es fundamental

El 92% de los empresarios de las Mypes manifiestan que si es fundamental la atención al cliente que regrese. Esto coincide con Fleitas (2011) quien nos confirma que la atención al cliente es un conjunto de estrategias que tiene un objetivo de satisfacer sus necesidades de sus clientes. En conclusiones la atención al cliente si es fundamental en todas las organizaciones que brinden una buena atención para que los clientes regresen o recomienden.

Herramientas para un servicio de calidad

El 64% de los representantes de las Mypes utilizan la comunicación en conclusiones la mayoría de los representantes nos confirman que la mejor herramienta que utilizan para brindar un buen servicio es la comunicación.

Factor de la calidad al servicio que brinda

El 55% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que el principal factor que utilizan en la calidad del servicio que brindan es la rapidez en la entrega de los productos. Según Pizzon (2013) confirma que la calidad del servicio es nada menos el habito que practican las Mypes con el objetivo de interpretar todas sus necesidades

de los clientes. En conclusiones el factor principal que utilizan los representantes en la atención al cliente es la rapidez en la entrega del producto.

Atención brinda a los clientes

El 82% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que brindando una buena atención al cliente esto coincide con Cano (2017) quien confirma que el 78% están total mente de acuerdo por la atención brindada. En conclusiones la mayoría de los representantes de las Mypes brindan buena atención al cliente.

Considera usted mala atención al cliente

El 73% de los representantes de las Mypes nos manifiestan que la mala atención se da por una mala organización de los trabajadores. Esto coincide con Gomes (2006) quien confirma que todos los trabajadores deben de conocer sobre la atención al cliente con el objetivo de brindar una buena atención y que ayude al logro de los objetivos de la empresa. En conclusiones la mayoría de los representantes de las Mypes nos confirman que la mala atención es a causa de la mala organización de los trabajadores.

Resultados obtenida en una buena atención al cliente

El 36% de los representantes de las Mypes nos dicen que los clientes están satisfechos de igual manera un 36% nos responden que han incrementado en las ventas. Esto coincide con Cano (2017) quien manifiesta que el 80% están totalmente de acuerdo con principios de atención al cliente practicado en el restaurante. En conclusiones la mayoría de los representantes brindan una buena atención y logran que los clientes estén satisfechos.

Plan de mejora de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro - restaurante

N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	FECHA
1	Hacer participar continuamente a los colaboradores en los cambios a realizarse en la empresa.	Los empresarios	2019
2	Capacitación a los colaboradores constantemente en atención al cliente con el objetivo de brindar una mejor atención al público.	Los empresarios	2019
3	Capacitación a los empresarios en el tema de administración de empresas.	El gobierno regional	2019
4	Seleccionar un personal especializado que cumplan con todos los perfiles en el puesto de trabajo.	Los empresarios	2019
5	Contar con un personal especializado en la atención al cliente.	Los empresarios	2019

VI. CONCLUSIONES

- Los empresarios si conocen gestión de calidad y atención cliente.
- La mayoría (55%) tienen 31 a 50 años de edad. La mayoría (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.

RECOMENDACIONES

- Solicitar la creación de programas, talleres en el tema de administración con el objetivo de ser más competitivos y mantenerse en el mercado.
- Se debe hacer un análisis FODA con el propósito de que le ayude a reconocer sus debilidades y amenazas y convertirlos en oportunidades y fortaleza, que le ayude a mejorar y seguir creciendo en el mercado.
- Implementar talleres de gestión de calidad en atención al cliente por los empresarios, para que los trabajadores puedan brindar una mejor atención al público, y al mismo tiempo desarrollar trabajos en equipo con el objetivo que el personal logre una buena comunicación y se brinde una buena atención de calidad en el servicio.

REFERENCIAS

- Álvarez, G. (2006). *Introducción a la calidad*. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books/about/Introducci%C3%B3n_a_la_Calidad.html?id=Og6K9F8X8rUC
- Antúnez, C. (2016). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey*, 2016. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000043053>
- Arana, D. (2018). *Mypes mexicanas, un panorama para el 2018*. Recuperado de:
<https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>
- Argandoña, A. (2015). *La función social de las empresas*. Recuperado de:
<https://blog.iese.edu/antonioargandona/2015/06/27/la-funcion-social-de-las-empresas/>
- Camarena, C. (2012). *Las pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de:
www.prompyme.gob.pe/normas_legales.hph
- Cano, S. (2017). *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “la rinconada” en la ciudad de huarmey, 2016*. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044119>
- Chicana, G. (2017). *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones. Lima 2016*. Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8937/Chicana_GLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Deloitte y Touche. (2017). *Estudio sobre el desarrollo de la operatividad de la experiencia del cliente en el mercado 2016*. Recuperado de:
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/finance/Customer%20Experience.pdf>
- Deming, W. (2005). *Administración y control de la calidad*. Recuperado de:
<https://jorriveraunah.files.wordpress.com/2011/06/capitulo-3-filosofias-y-marcos-de-referencia-de-la-calidad.pdf>
- Enríquez, J. (2011). *El servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra. estrategias de desarrollo de servicios*. Recupera de:
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1148/1/pg%20251-tesis%20mba%20manual%20de%20servicio%20al%20cliente.pdf>
- Escandón, S. (2017). *Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho sports en plaza del sol en la ciudad de guayaquil*. Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18362/1/Tesis-Leonardo-Escandon-Calidad-de-Servicios.pdf>
- Fleitas, E. (2011). *Servicio de atención al cliente recuperado* de:
<http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
- Galdón, B. (2014). *La pequeña y mediana empresa, motor de la economía española*. Recuperado de:
<https://www.20minutos.es/noticia/2144813/0/pyme/economia/espana/>
- Gatty, S. (2009). *Importancia de la calidad y su relación en el desempeño de las Mypes industriales de argentina*. Recuperado de:
<https://www.inti.gob.ar/incalin/pdf/tesis/SebastianGatti.pdf>

- Gomes, H. (2006). *Define la atención al cliente*. Recuperado de:
<https://docplayer.es/49643946-Para-este-punto-tenemos-que-humberto-serna-gomez-2006-afirma-que.html>
- Gregoria, M. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039567>
- Hernández, S. (2014) *Metodología de la investigación*. Recuperado de:
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Impulsos, C. (2016) *Crecimiento del rubro restaurantes alcanzó el 9.55% entre enero y abril*. Recuperado de: <http://www.impulsoconsultores.pe/crecimiento-rubro-restaurantes-cuatrimestre-2012/>
- Jara, M. (2011). *Plan de calidad de atención del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurant turístico “El Mochica” Trujillo 2010* universidad nacional de Trujillo, Trujillo, Perú. Recuperado de:
http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3731/jara_m.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ley 28015 (2003). *Ley de promoción y formación de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de:
<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

- Ley 28015 (2003). *Marco institucional de las políticas de promoción y formalización*. Recuperado de: <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley 30056 (2013). *Medidas para el impulso de desarrollo productivo y al crecimiento empresarial*. Recuperado de: <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>
- López, M. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Recuperado de : <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Nebrera, J. (2010). *Introducción a la calidad*. Recuperado de: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/infodir/introduccion_a_la_calidad.pdf
- Nina, C. y Trujillo, E. (2015) *Gestión empresarial en la calidad de servicio de las empresas turísticas del distrito de Santa Teresa 2013-2014*. Recuperado de: <http://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/UNSAAC/107>
- Pizzo, M. (2013). *Plan de mejoramiento en la calidad del servicio al cliente, inmediato y simple*. recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/plan-de-mejoramiento-en-la-calidad-del-servicio-al-cliente-inmediato-y-simple/>
- Riquelme, M. (2017). *La importancia de la gestión de la calidad*. Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-la-gestion-de-la-calidad/>
- Rueda, M. (2018). *Familias emprendedoras. Pilar de la economía mexicana*. Recuperado de <https://tecreview.tec.mx/familias-emprendedoras-pilares-de-la-economia-mexicana/>
- Saavedra, T. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las Mypes rubro panaderías del centro de Tambo grande año 2018*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5943>

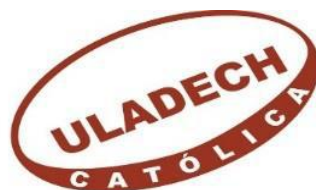
Santa y clolula. (2013). *Proceso de mejora en una empresa familiar. Caso: restaurant bar casa uscanga.* Recuperado de:

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmas/thomas_pescador_b/

Sara, Y. (2014). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país.* Recuperado de: <https://es.scribd.com/presentation/392797485/Dialnet-ImportanciaDeLaMicroPequeñasYMedianasEmpresasEnEID-5157875>

ANEXOS 1

Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

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

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 de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I.GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

1.2.Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1.GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

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

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

- a) Si
- b) 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 termino 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.

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

20. Cuáles son los Principales factores de la calidad al servicio que brinda.

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

21. La atención que brinda a los clientes es:

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

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

- a) No tiene suficiente personal.
- b) Por una mala organización de los trabajadores.
- c) Si brindan una buena atención al cliente.

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

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

ANEXO 2

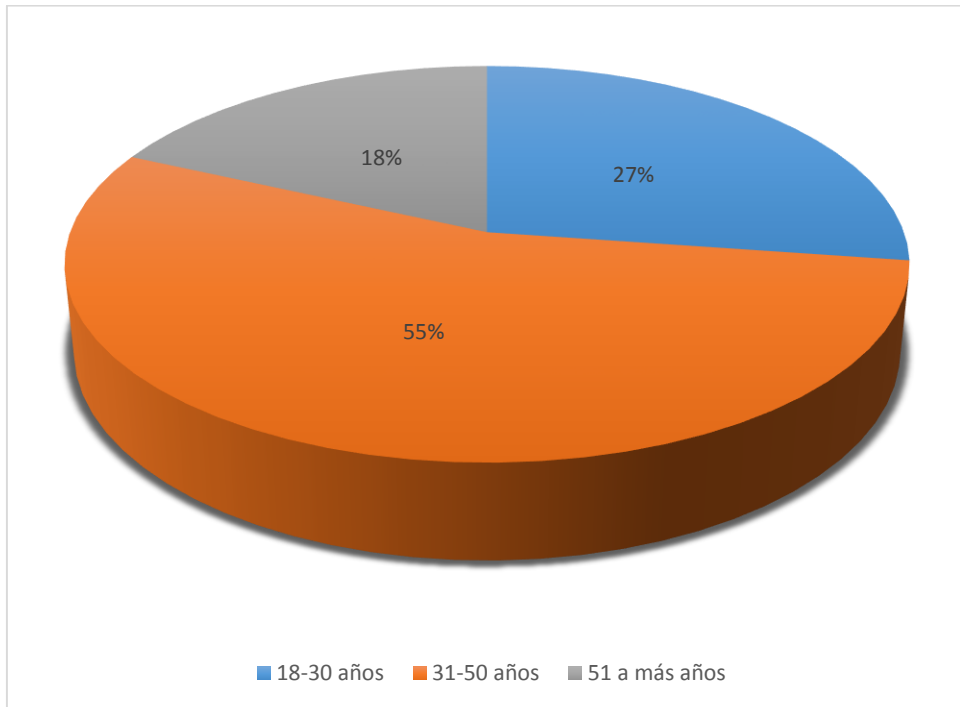


Figura 1. Edad
Fuente: Tabla 1

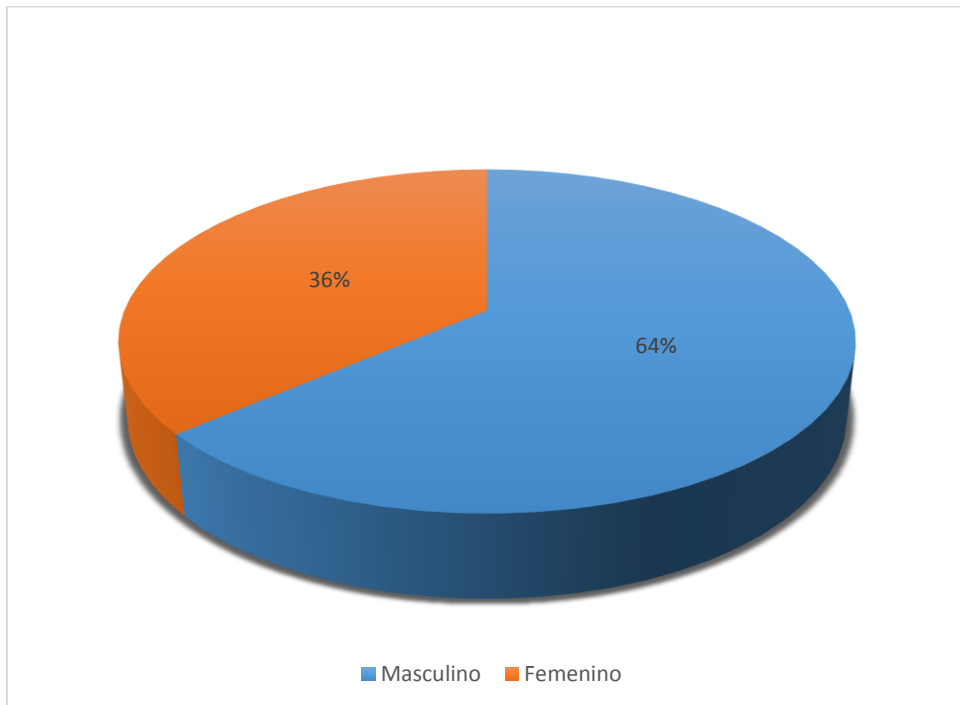


Figura 2. Genero
Fuente: Tabla 1

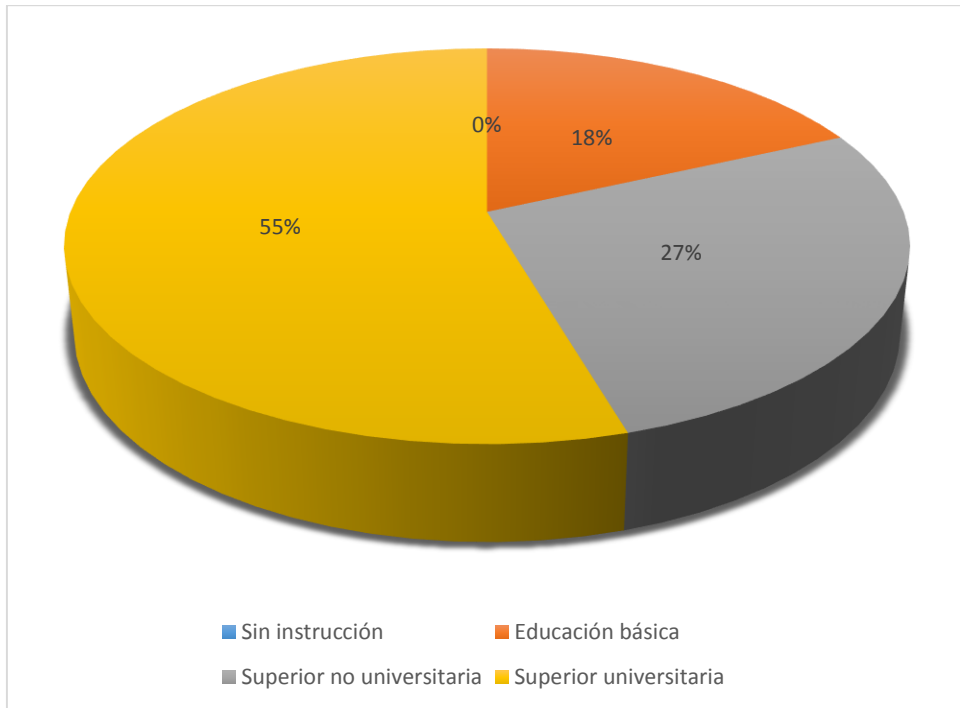


Figura 3. Grado de instrucción
Fuente: Tabla 1

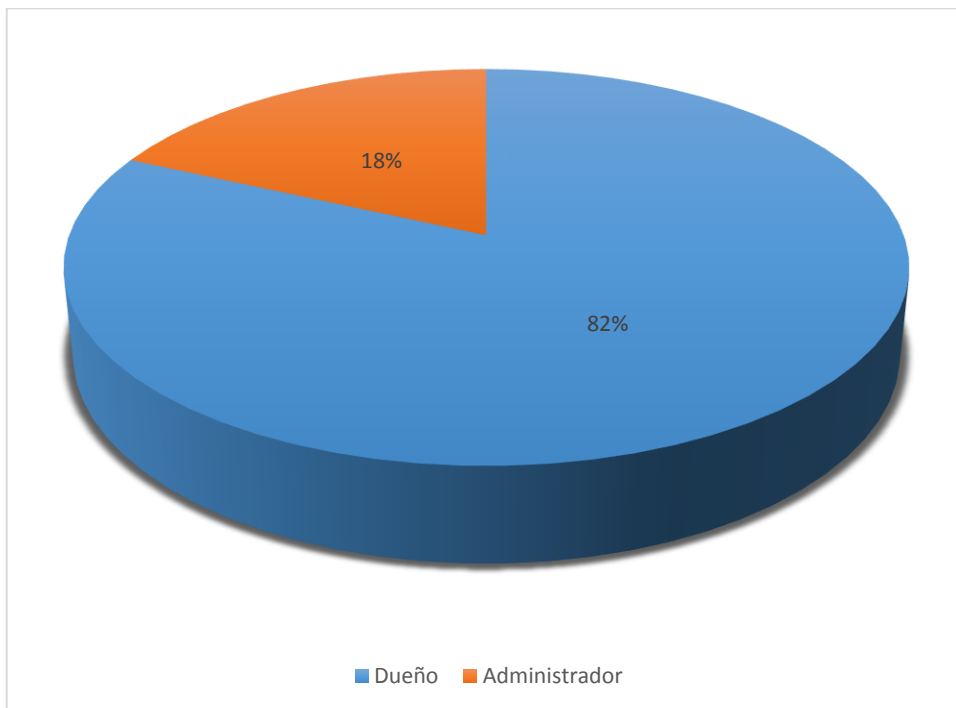


Figura 4. Cargo que desempeña
Fuente: Tabla 1

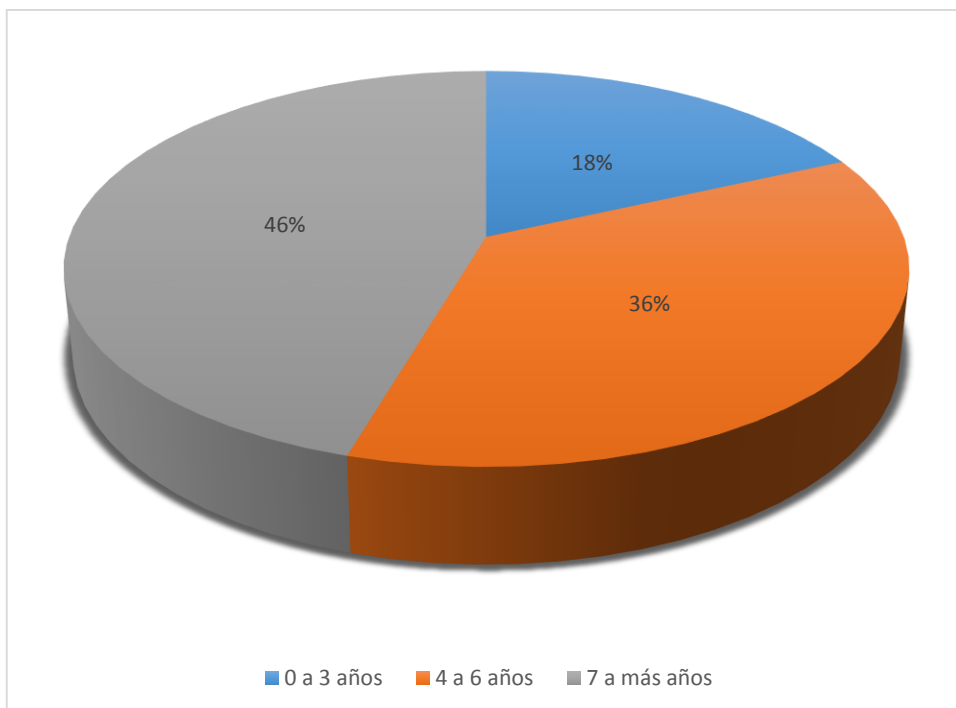


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.

Fuente: Tabla 1

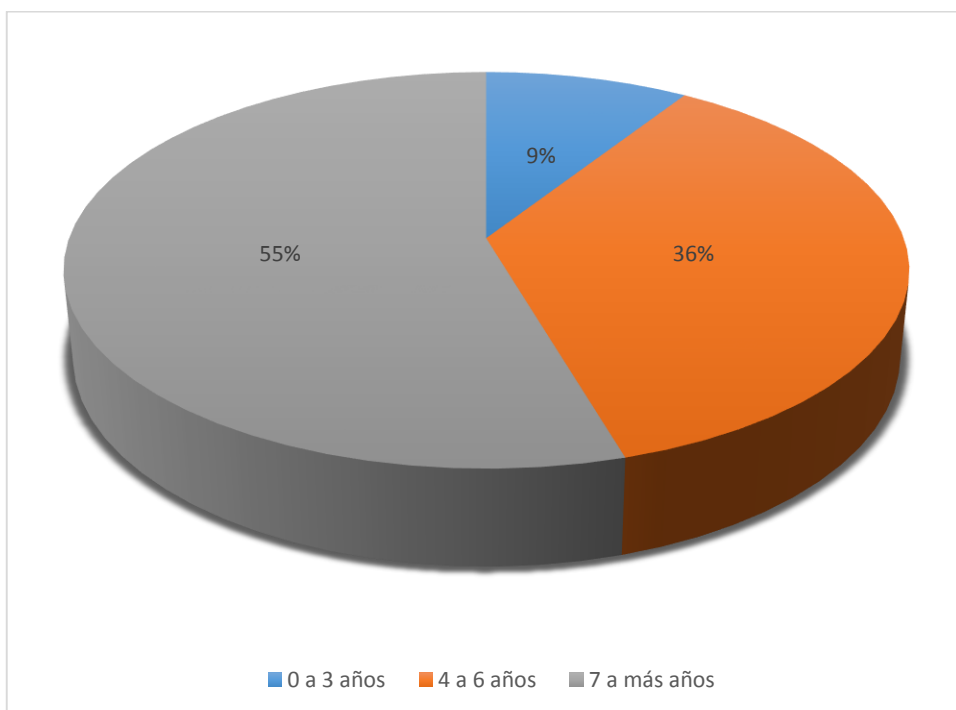


Figura 6. Tiempo de la MYPE en el rubro

Fuente tabla 2

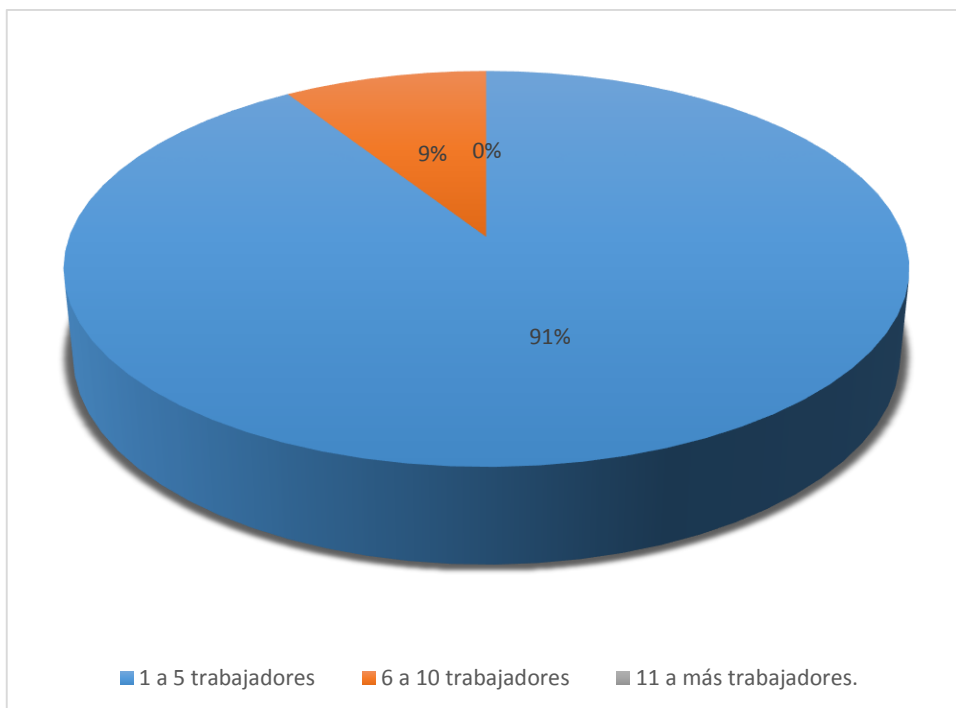


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente tabla 2

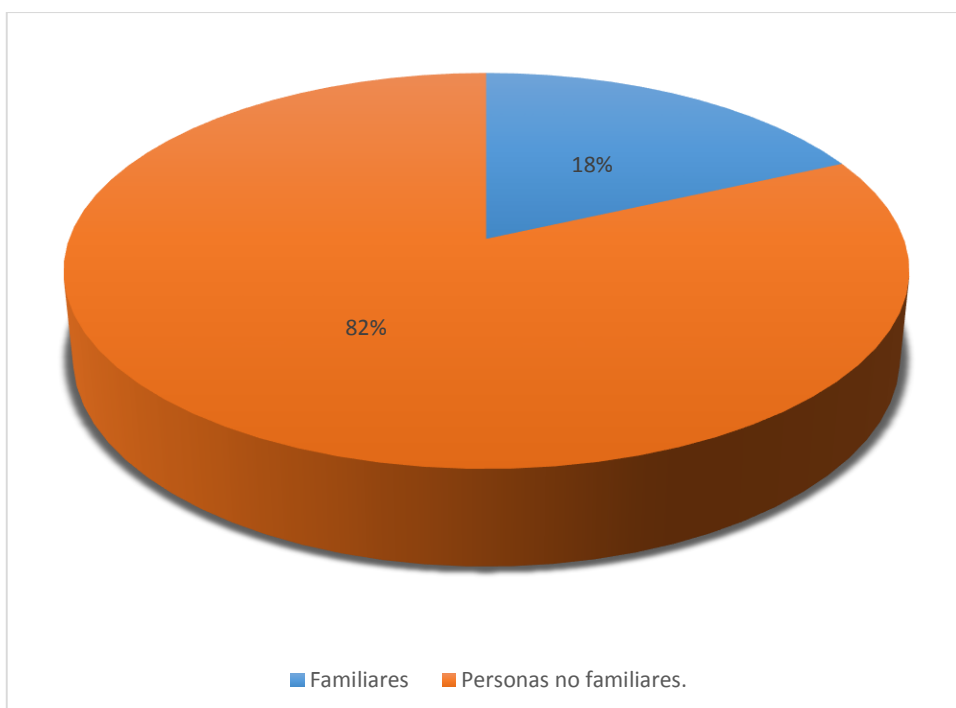


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa

Fuente tabla 2

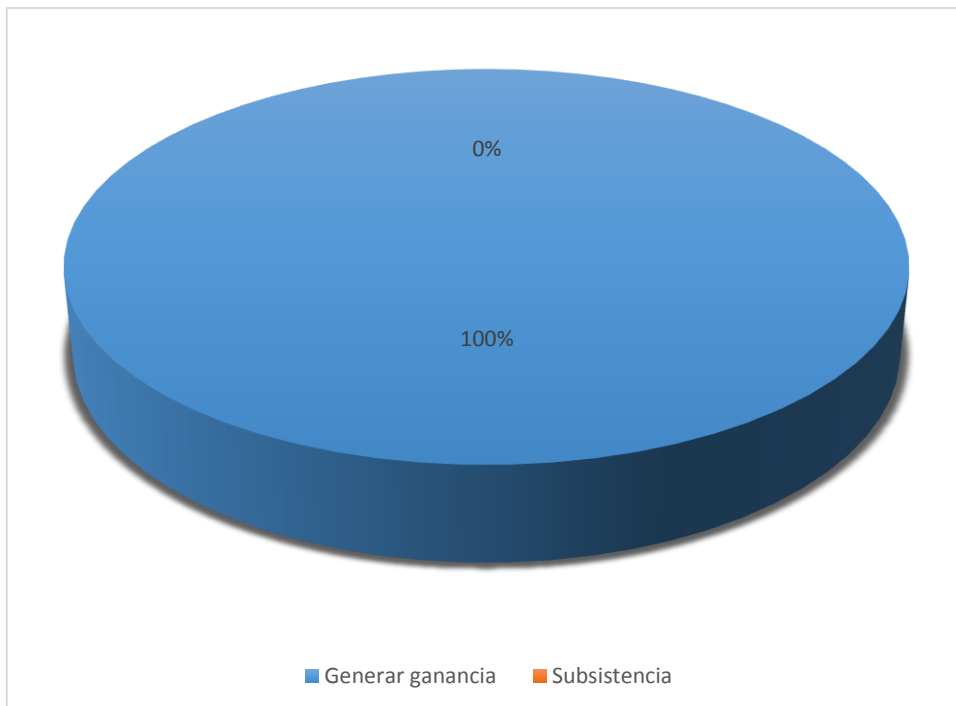


Figura 9. Objetivo de creación
Fuente tabla 2

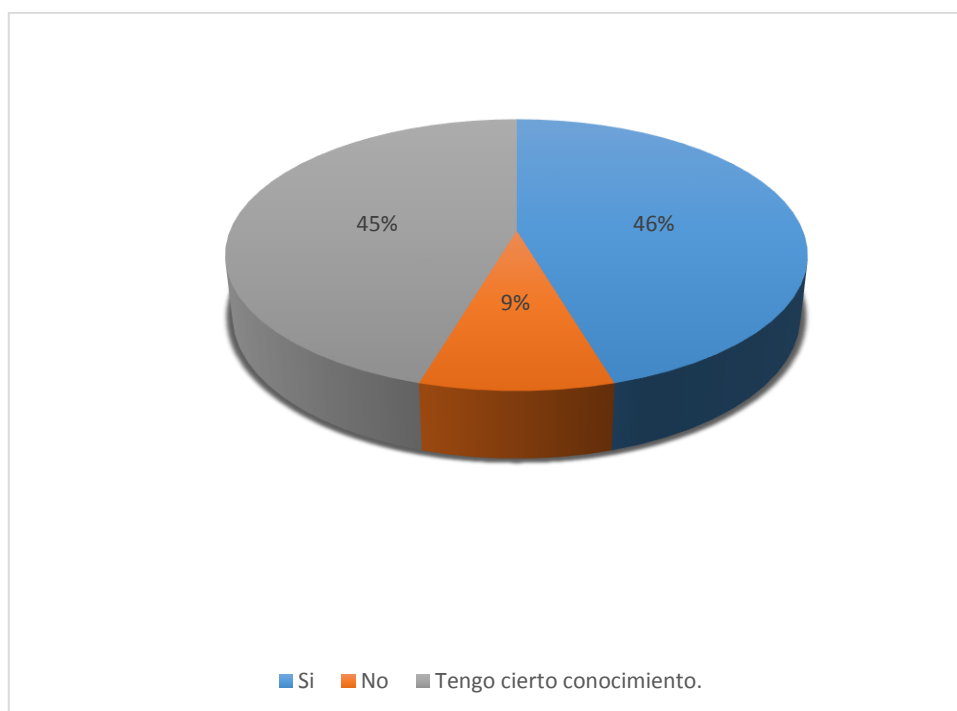


Figura 10. conocimiento del termino gestión de calidad
Fuente: Tabla 3

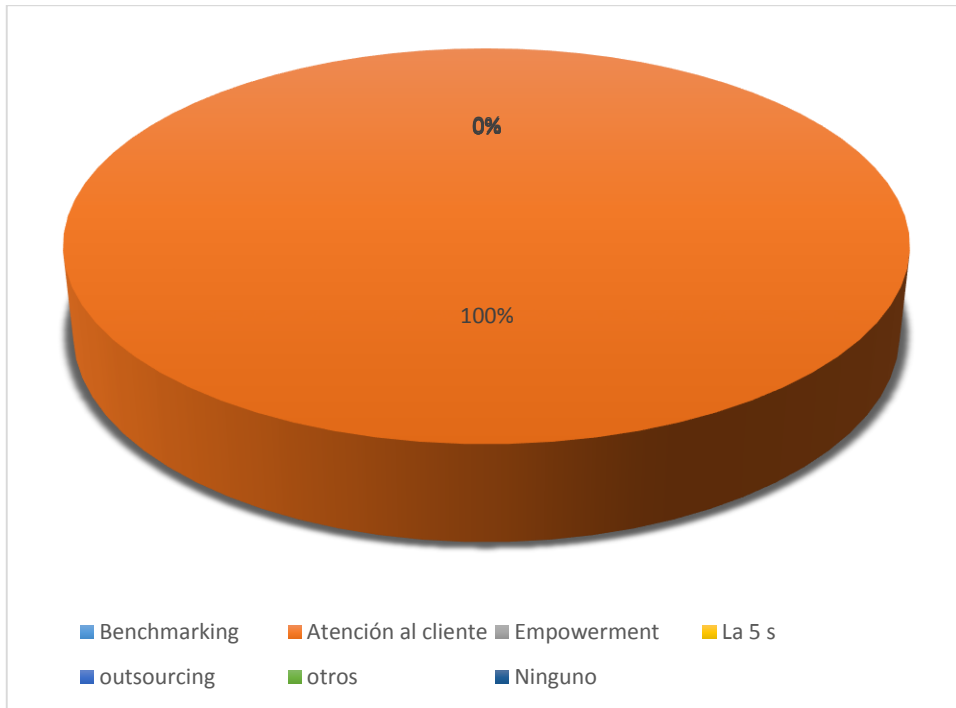


Figura 11. conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad
Fuente: Tabla 3

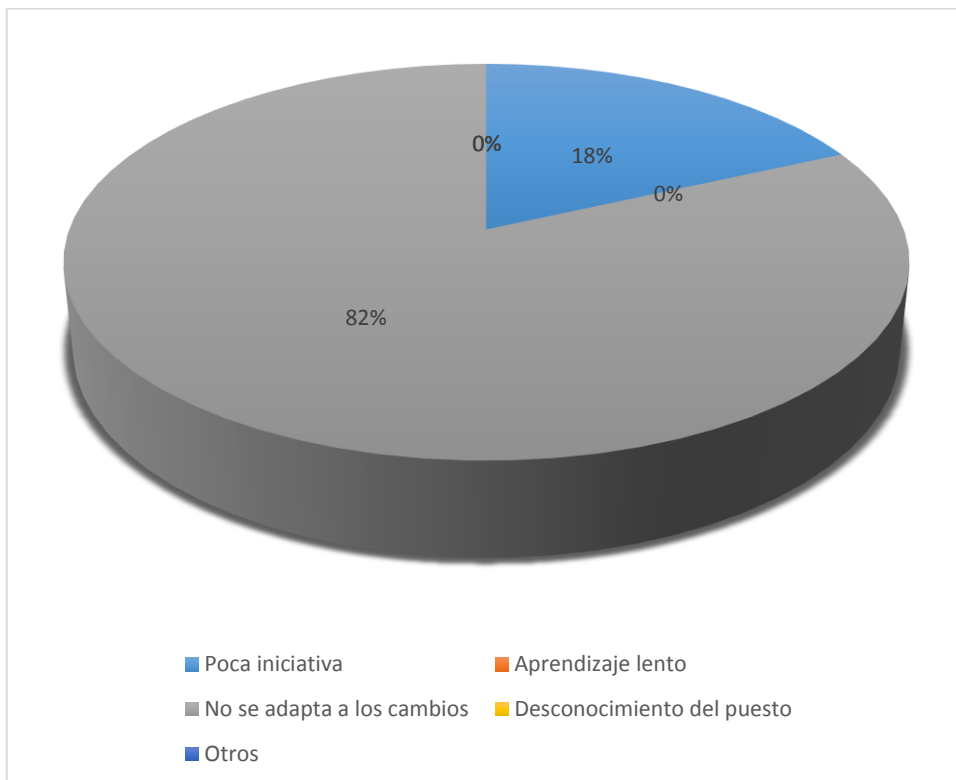


Figura 12. Dificultades de los trabajadores en la implementación de gestión de calidad
Fuente: Tabla 3

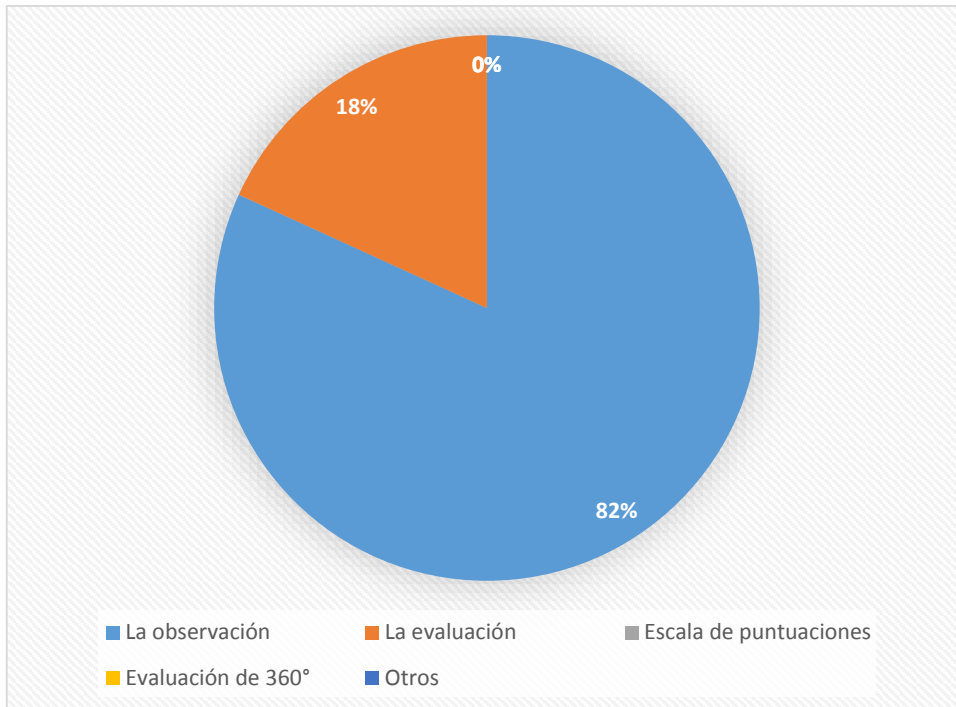


Figura 13. Técnica para medir el rendimiento de los trabajadores
 Fuente: Tabla 3

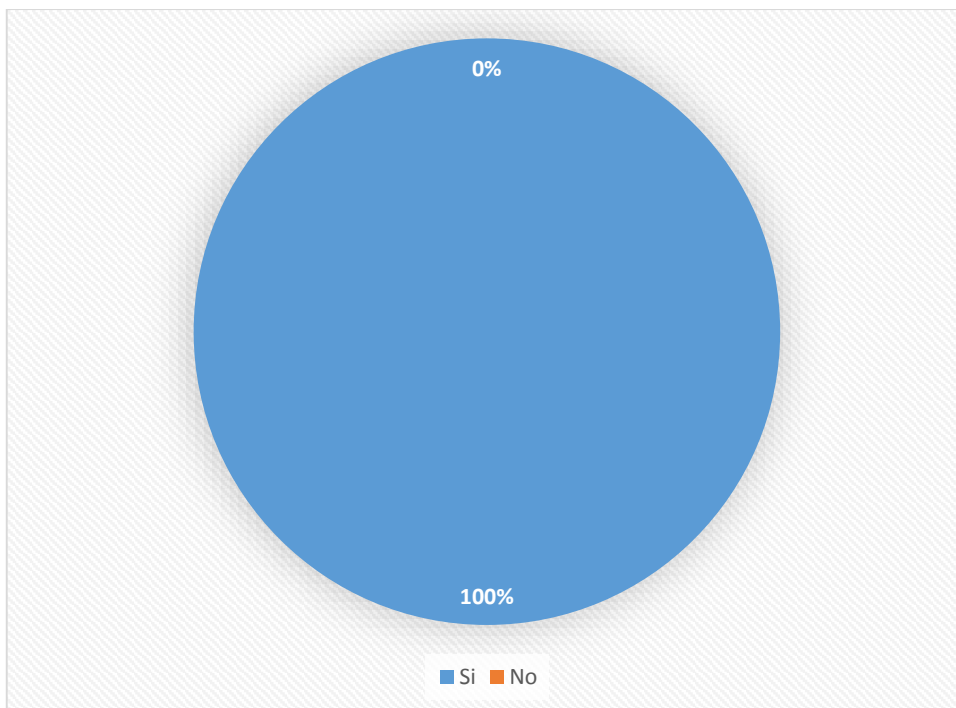


Figura 14. Gestión de la calidad en el rendimiento del negocio
 Fuente: Tabla 3

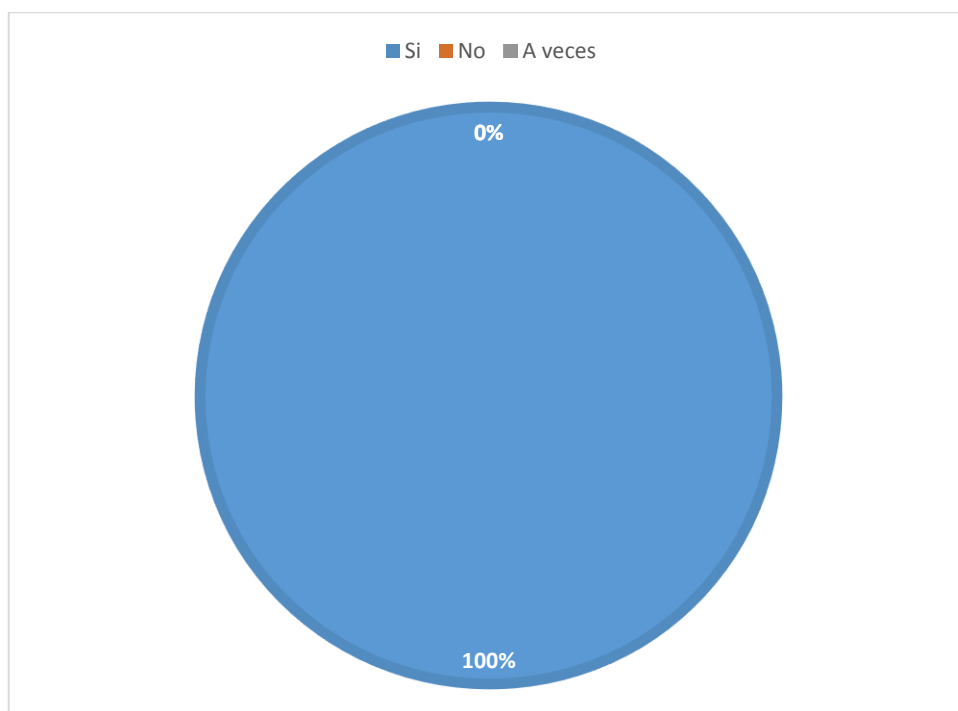


Figura 15. La gestión de calidad alcanza los objetivos y metas de la empresa
 Fuente: Tabla 3

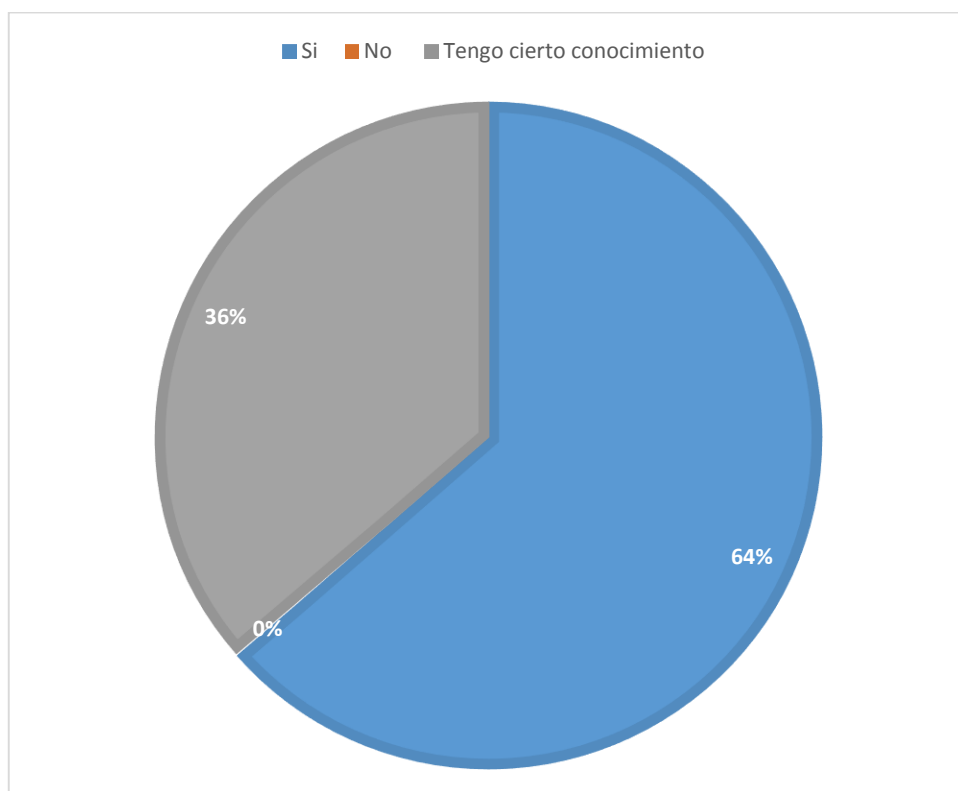


Figura 16. Conocimiento del termino atención al cliente
 Fuente: Tabla 3

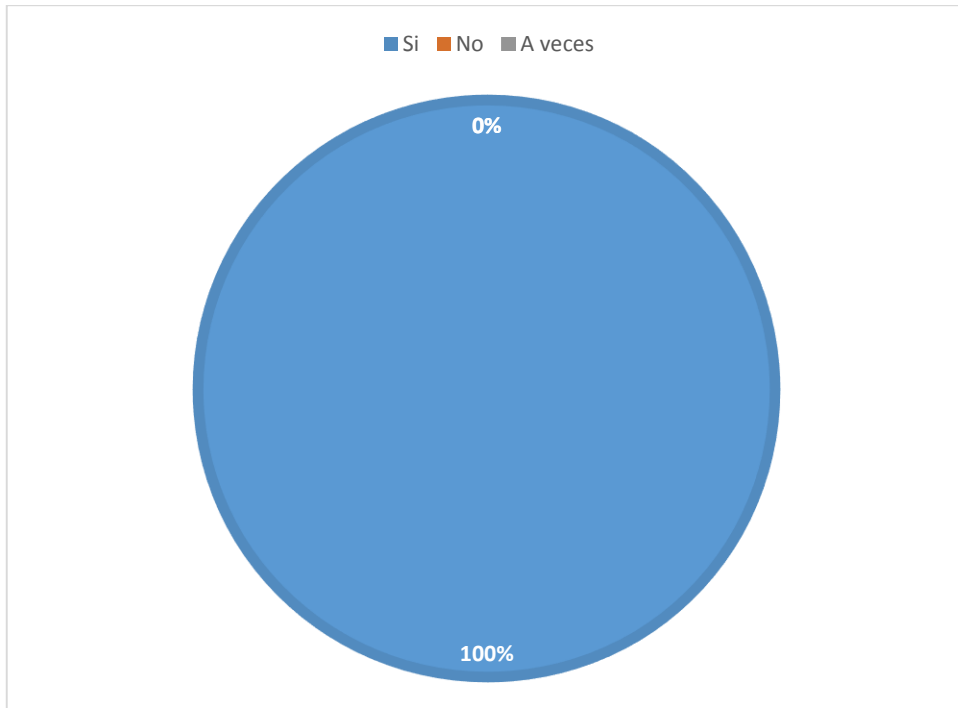


Figura 17. Gestión de calidad en el servicio al cliente
 Fuente: Tabla 3

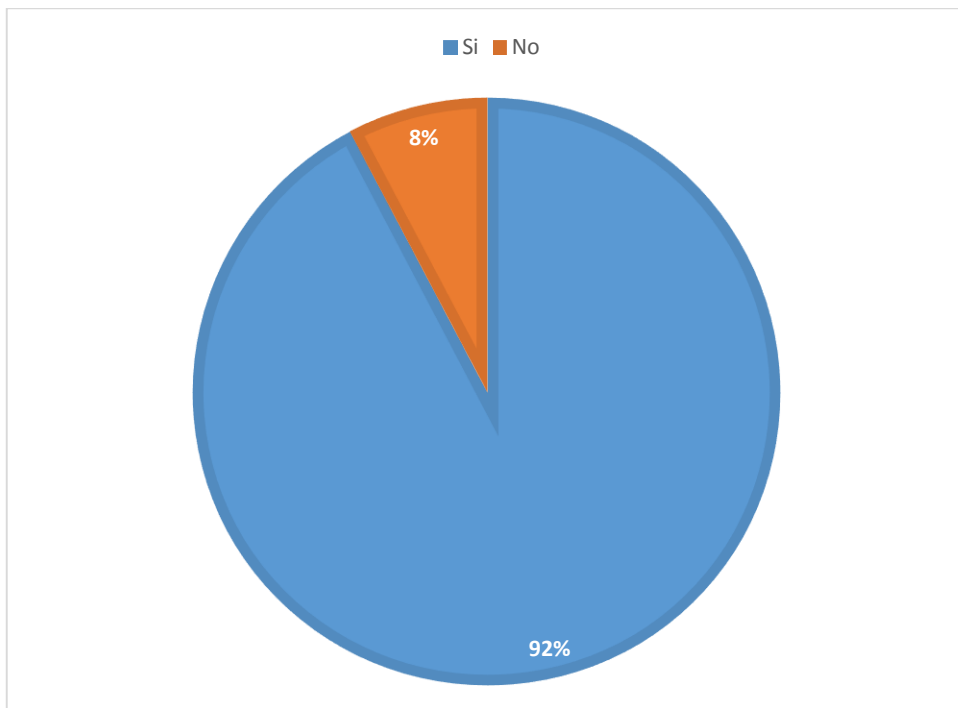


Figura 18. Atención al cliente es fundamental
 Fuente: Tabla 3

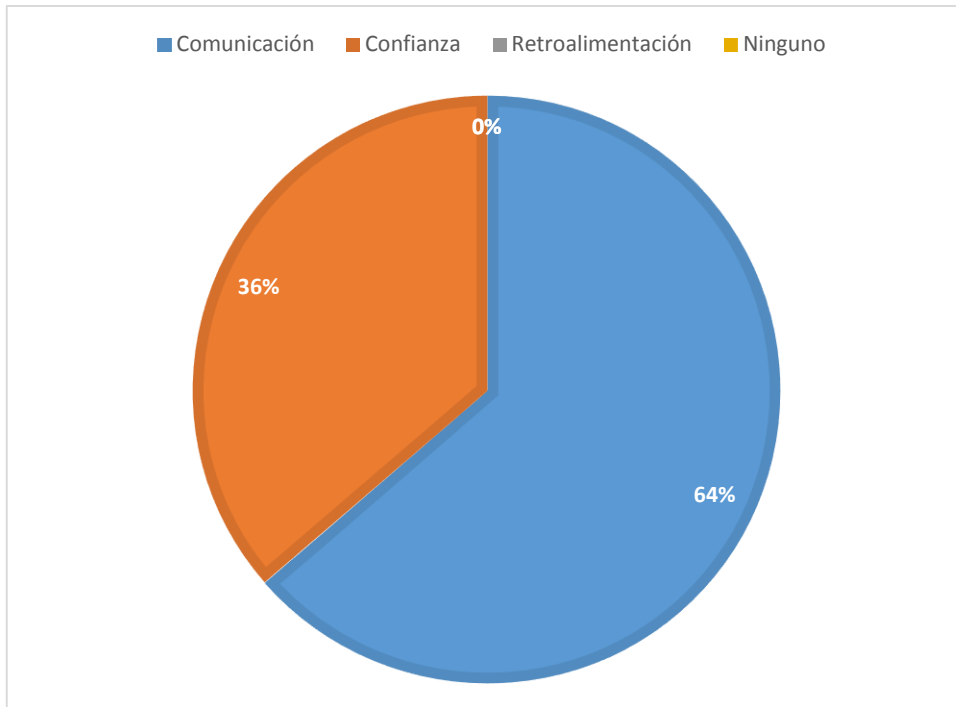


Figura 19. Herramientas para un servicio de calidad

Fuente: Tabla 3

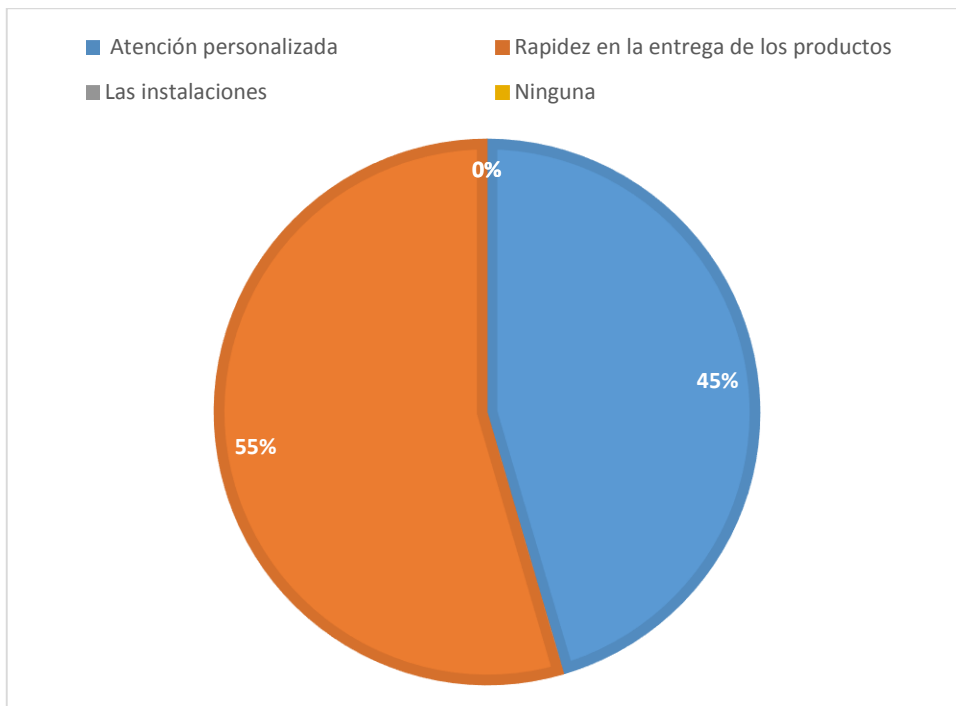


Figura 20. Factores de la calidad al servicio que brinda

Fuente: Tabla 3

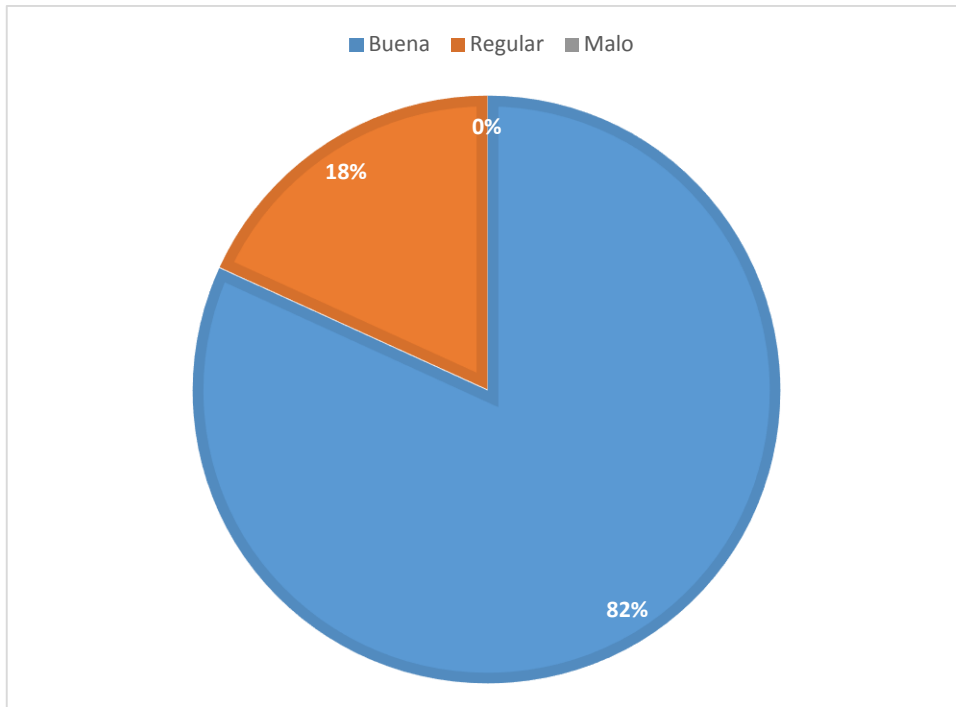


Figura 21. Atención brinda a los clientes
Fuente: Tabla 3

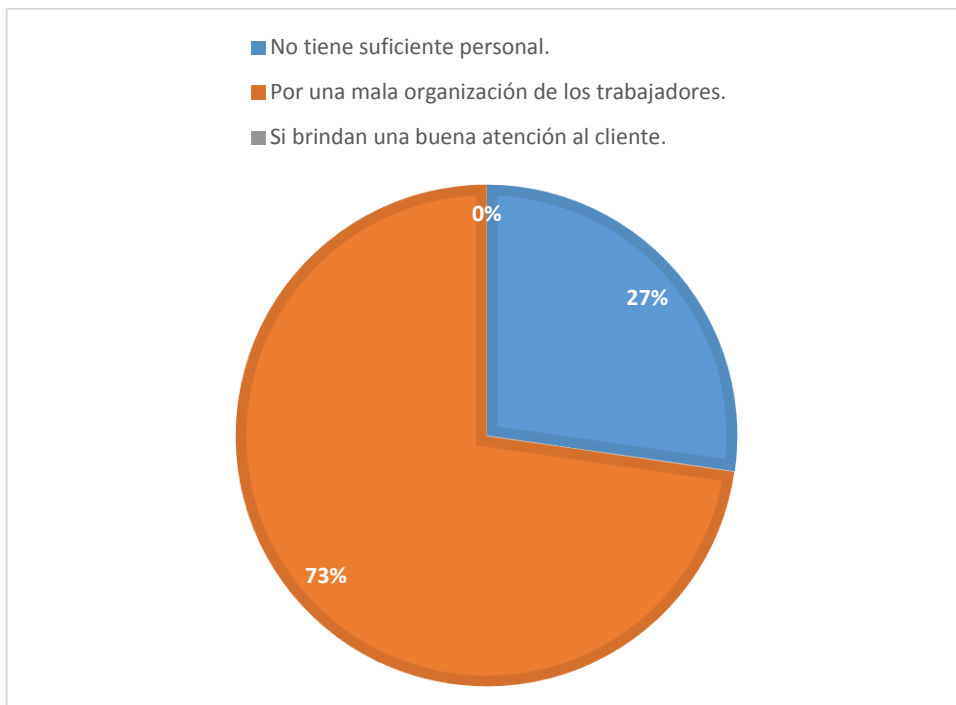


Figura 22. Considera usted mala atención al cliente
Fuente: Tabla 3

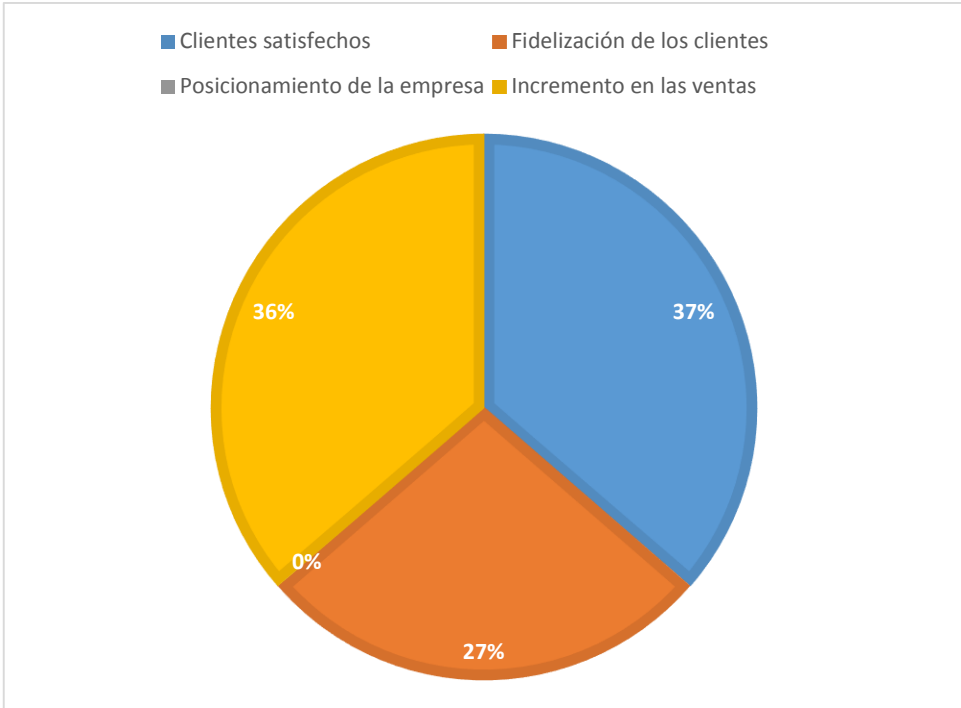


Figura 23. Resultados obtenidos en una buena atención al cliente
Fuente: Tabla 3

ANEXO 3

Cronogramas de actividades

Actividades	Semanas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Elaboración del proyecto de investigación	X	X	X	X											
Revisión y aprobación del proyecto de la investigación					X										
Información preliminar del informe de tesis y introducción						X									
Revisión de literatura							X	X							
Metodología, resultados y conclusiones de la investigación									X	X					
Presentación y evaluación del informe final de tesis											X	X	X		
Elaboración de artículo científico														X	X
Sustentación															X

ANEXO 4

Presupuesto y financiamiento

detalle	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Pasajes	-	-	60
Impresiones	40	0.50	20.00
Copias de encuestas	450	0.01	45.00
USB	01	35	35.00
Anillado	03	15	5
Útiles de oficina	-	-	30
Luz eléctrica	-	-	40
Curso de titulación	-	-	3100
Total			3292

ANEXO 5

Relación de PYME

N°	MYPE	Dirección
1	RESTAURANT "EL CAMARONCITO MOCHERO II"	AV. SALVADOR LARA N° 1362 PRIMER PISO URB. LOS JARDINES
2	RESTAURANTE "GIL"	CALLE JAIME DE HERMOSILLA N° 258 1°PISO URB. LOS JARDINES

3	EL MANGLAR DEL SILENCIO	AV. SALVADOR LARA N° 1386 1° PISO URB. LOS JARDINES
4	ESMIRNA	JULIO GUTIERREZ N° 212 PRIMER PISO URB. LOS JARDINES
5	CRISTO VIVE	AVENIDA SALVADOR LARA N°1386 - Urbanización: LOS JARDINES
6	EL HOYO	AV. AMERICA NORTE N° 1179B, 1ER PISO URB. LOS JARDINES
7	RESTAURANTE SUMAJG	AVENIDA SALVADOR LARA N°1305 1°PISO - Urbanización: LOS JARDINES
8	EL MANGLAR DEL SILENCIO	AV. SALVADOR LARA N° 1386 URB. LOS JARDINES
9	SABOR TRUJILLANO	AV. AMÉRICA NORTE N° 1240 URB. LOS JARDINES
10	CHIFA JHORDAN	AV. SALVADOR LARA N° 1362 URB. LOS JARDINES
11	CASA DE VALENTÍN SEGOVIA	AV. AMÉRICA NORTE N° 910, 2° PISO - URB. LOS JARDINES