



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
PROPUESTA DE MEJORA EN ATENCIÓN AL
CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO
RESTAURANTES DEL CENTRO POBLADO DE
HUANDO, DEL DISTRITO, PROVINCIA DE HUARAL
REGIÓN LIMA, 2018**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS

AUTOR

TUCTO PALOMINO, ROSSBEITH
ORCID: 0000-0003-0160-9275

ASESOR

DRA. ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
ORCID: 0000-0001-6079-2319

LIMA – PERÚ
2020

1. Título del proyecto de investigación

“Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018”

2. Equipo de trabajo

AUTOR

Tucto Palomino, Rossbeith

ORCID: 0000-0003-0160-9275

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Lima, Perú

ASESORA

Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Lima, Perú

JURADO

Meza De los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000-0001-8852-1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Espinosa Otoya, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

3. Hoja de firma de Jurado y Asesor

Mgtr. Juan Pablo Meza De los Santos
Presidente

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos
Miembro

Lic. Víctor Hugo Espinosa Otoyá
Miembro

Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
Asesora

4. DEDICATORIA

Este presente trabajo lo dedico a mis queridos padres, por animarnos moral y económicamente en cada momento para seguir adelante en nuestros estudios académicos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la profesora del curso, de Taller de Investigación IV. Por forjar sus conocimientos a los alumnos de varias generaciones, en despertar el interés y el deseo de emplear el trabajo de investigación, y estoy segura de que esto nos servirá como herramienta valiosa en los años siguientes.

Asimismo, debo agradecer a mis queridos padres, por apoyarnos moral y económicamente en la elaboración de esta investigación.

Finalmente, agradezco a la “Universidad Católica los Ángeles de Chimbote” donde soy alumna, de octavo ciclo, porque cada vez están innovando conocimientos de acuerdo a los avances científicos y tecnológicos.

5. RESUMEN

En el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, Realizar la propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018, de tipo cuantitativo con diseño no experimental - transversal. El universo muestral estuvo constituido de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. EL 90% de 31 a 50 años, el 70% femenino, el 80% nivel secundaria, el 80% administradores, el 50% en el cargo de 0 a 3 años, el 70% en el rubro de 0 a 3 años, el 100% 1 a 5 trabajadores, el 70% familiares y personas no familiares laborando, el 100% generar ganancias, el 90% Persona Natural, el 40% metas establecidas; 40% trabajan mediante políticas; el 80% claros y concisos; el 70% buena atención;; el 90% evaluación eficaz; el 50% mejorar continuamente; el 90% controla la atención al cliente, el 70% conforme con lo que ofrece; el 100% servicio adecuado; el 90% atención personalizada; el 60% fiables al brindar el servicio; el 80% atentos a los pedidos; el 70% atención satisfactoria; el 90% retornan por el buen servicio. Conclusión. La mayoría de las mypes aplican gestión de calidad en la atención al cliente, dado que usan los colaboradores brindan atención personalizada al cliente, de esta manera han logrado incrementar sus ventas.

Palabras clave: Atención, calidad, cliente, empresas, gestión.

5. Abstrac

The research had the general objective of incorporating improvements in customer service as a relevant factor for quality management in micro and small companies, in the service sector, restaurants, in the town center of Huando, in the district, province of Huaral, Lima region, 2018, of a quantitative type with a non-experimental - transversal design. The sample universe was made up of 10 micro and small companies, to whom a 26-question questionnaire was applied, obtaining the following results. The 90% from 31 to 50 years, 70% female, 80% secondary level, 80% administrators, 50% in the position from 0 to 3 years, 70% in the category from 0 to 3 years, the 100% 1 to 5 workers, 70% family and non-family people working, 100% generating profits, 90% Natural Person, 40% established goals; 40% work through policies; 80% clear and concise; 70% good attention ;; 90% effective evaluation; 50% continuously improve; 90% control customer service, 70% according to what it offers; 100% adequate service; 90% personalized attention; 60% reliable in providing the service; 80% attentive to orders; 70% satisfactory care; 90% return for good service. Conclusion: Most of the mypes apply quality management in customer service, since they use collaborators to provide personalized customer service, in this way they have managed to increase their sales.

Key words: Attention, quality, client, management, companies.

6. Contenido

1.	Título del proyecto de investigación.....	ii
2.	Equipo de trabajo	iii
3.	Hoja de firma de Jurado y Asesor	iv
4.	DEDICATORIA.....	v
5.	RESUMEN	vi
6.	Contenido.....	viii
7.	Índice de Tablas.	ix
8.	Índice de gráficos o figuras	x
I.	Introducción.....	1
1.2.	Justificación de la Investigación.	5
II.	Marco teórico y conceptual.....	7
2.1.	Antecedentes.....	7
2.2.	Bases teóricas de la investigación.....	27
2.3.	Marco Conceptual.....	37
2.4.	HIPÓTESIS	39
III.	Metodología.	39
3.1.	Definición y operacionalización de variables.....	42
3.2.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
3.3.	Plan de análisis.	43
3.4.	Matriz de consistencia.....	45
3.5.	Principios éticos.....	46
IV.	RESULTADOS	48
4.1.	GENERALIDADES	48
4.2.	Análisis de resultados.....	74
V.	Conclusiones	79
VI.	Recomendaciones.....	80
	Referencias Bibliográficas.....	82
	ANEXOS.....	87
	Anexo 1. Propuesta de mejora	87
	Anexo 2: Consentimiento informado.....	89
	Anexo 3. Cuestionario.....	99
	Anexo: 4 DIRECTORIO	103

7. Índice de Tablas.

<i>Tabla 1: Distribución según edad.</i>	48
<i>Tabla 2: Distribución según genero</i>	49
<i>Tabla 3: Distribución según grado de instrucción.</i>	50
<i>Tabla 4: Distribución según cargo que desempeña.</i>	51
<i>Tabla 5: Distribución según tiempo que desempeñan.</i>	52
<i>Tabla 6: Distribución según tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.</i>	53
<i>Tabla 7: Distribución según número de trabajadores.</i>	54
<i>Tabla 8: Distribución según las personas que trabajan en su empresa son:</i>	55
<i>Tabla 9: Distribución según objetivo de creación.</i>	56
<i>Tabla 10: Distribución según tipo de constitución de la empresa.</i>	57
<i>Tabla 11: Planifica las metas que quiere conseguir en el último año.</i>	58
<i>Tabla 12: Trabaja mediante la planificación las políticas de trabajo en la empresa.</i>	59
<i>Tabla 13: Los procesos de actividades en el restaurante son claros y precisos bajo documentos normativos.</i>	60
<i>Tabla 14: Organiza los cubiertos, insumos y materiales para que trabaje de manera eficiente.</i>	61
<i>Tabla 15: Realiza seguimientos a los procesos que se realiza en el restaurante.</i>	62
<i>Tabla 16: Evalúa los resultados que obtienen para seguir mejorando.</i>	63
<i>Tabla 17: Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad.</i>	64
<i>Tabla 18: Controla los procesos de atención al cliente durante la ejecución.</i>	65
<i>Tabla 19: Están conformes con el producto que ofrece.</i>	66
<i>Tabla 20: El servicio brindado es el adecuado</i>	67
<i>Tabla 21: La atención brindada es personalizada</i>	68
<i>Tabla 22: Los colaboradores son fiables al momento de brindar el servicio.</i>	69
<i>Tabla 23: Los colaboradores escuchan con atención los pedidos.</i>	70
<i>Tabla 24: Al momento de presentar una queja se brinda una solución inmediata.</i> ..	71
<i>Tabla 25: La atención que se les brinda es satisfactoria</i>	72
<i>Tabla 26: El retorno al restaurante es por el buen servicio.</i>	73

8. Índice de gráficos o figuras

<i>Figura: Distribución según edad.</i>	48
<i>Figura 2: Distribución según genero</i>	49
<i>Figura 3: Distribución según grado de instrucción.</i>	50
<i>Figura 4: Distribución según cargo que desempeña.</i>	51
<i>Figura 5: Distribución según tiempo que desempeñan.</i>	52
<i>Figura 6: Distribución según tiempo de permanencia de la empresa en el rubro....</i>	53
<i>Figura 7: Distribución según número de trabajadores</i>	54
<i>Figura 8: Distribución según las personas que trabajan en su empresa son:</i>	55
<i>Figura 9: Distribución según objetivo de creación.</i>	56
<i>Figura 10: Distribución según tipo de constitución de la empresa.</i>	57
<i>Figura 11: Planifica las metas que quiere conseguir en el último año.</i>	58
<i>Figura 12: Trabaja mediante la planificación las políticas de trabajo en la empresa.</i>	59
<i>Figura 13: Los procesos de actividades en el restaurante son claros y precisos bajo documentos normativos.</i>	60
<i>Figura 14: Organiza los cubiertos, insumos y materiales para que trabaje de manera eficiente.</i>	61
<i>Figura 15: Realiza seguimientos a los procesos que se realiza en el restaurante.</i> ...	62
<i>Figura 16: Evalúa los resultados que obtienen para seguir mejorando.</i>	63
<i>Figura 17: Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad.</i>	64
<i>Figura 18: Controla los procesos de atención al cliente durante la ejecución.</i>	65
<i>Figura 19: Están conformes con el producto que ofrece.</i>	66
<i>Figura 20: El servicio brindado es el adecuado</i>	67
<i>Figura 21: La atención brindada es personalizada</i>	68
<i>Figura 22: Los colaboradores son fiables al momento de brindar el servicio.</i>	69
<i>Figura 23: Los colaboradores escuchan con atención los pedidos.</i>	70
<i>Figura 24: Al momento de presentar una queja se brinda una solución inmediata.</i>	71
<i>Figura 25: La atención que se les brinda es satisfactoria</i>	72
<i>Figura 26: El retorno al restaurante es por el buen servicio.</i>	73

I. Introducción

La gestión de calidad como bien sabemos es de mucha importancia no solo en nuestro país, sino en todo el mundo ya que es un factor que lleva a una meta que es la buena atención a los clientes y al mismo tiempo ayuda a las MYPES a entrar en un ambiente de competitividad. Además, la gestión de calidad busca mejorar la atención al cliente y también va ayudar a los colaboradores de la empresa a estar preparados para brindar una buena atención; es por ello que la gestión de calidad no está de acuerdo con la improvisación ya que esta busca gestionar y controlar eficazmente.

Por este motivo el proyecto de investigación que está bajo la línea de investigación “La Gestión de Calidad en las MYPES”, plantea el siguiente enunciado: **¿Cuál es la propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018?**

Y para dar respuesta al problema, se ha formulado el siguiente objetivo general:
Realizar la propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018

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

1. Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018
2. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018
3. Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.
4. Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.
5. Elaborar una propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Este trabajo de investigación es de gran importancia ya que permite conocer la Gestión de calidad en las MYPES del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Ya que se estudiará más a fondo las causas, las consecuencias, y se va dar una solución al problema que presentan las MYPES.

La investigación es de tipo cuantitativo con diseño no experimental - transversal. El universo muestral estuvo constituido de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 26 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. EL 90% de 31 a 50 años, el 70% femenino, el 80% nivel secundaria, el 80% administradores, el 50% en el cargo de 0 a 3 años, el 70% en el rubro de 0 a 3 años, el 100% 1 a 5 trabajadores, el 70% familiares y personas no familiares laborando, el 100% generar ganancias, el 90% Persona Natural, el 40% metas establecidas; 40% trabajan mediante políticas; el 80% claros y concisos; el 70% buena atención;; el 90% evaluación eficaz; el 50% mejorar continuamente; el 90% controla la atención al cliente, el 70% conforme con lo que ofrece; el 100% servicio adecuado; el 90% atención personalizada; el 60% fiables al brindar el servicio; el 80% atentos a los pedidos; el 70% atención satisfactoria; el 90% retornan por el buen servicio. Conclusión. La mayoría de las mypes aplican gestión de calidad en la atención al cliente, dado que usan los colaboradores brindan atención personalizada al cliente, de esta manera han logrado incrementar sus ventas.

Hoy en día las micro y pequeñas empresas priorizan en la administración la dirección y la administración de los recursos económicos, humanos y materiales, ignorando el servicio en atención al cliente y que día a día se preocupan en desarrollarse, pero aún no son conscientes de cómo la demanda de negocios va ascendiendo y están aumentando sus clientes; ya que se preocupan por brindar servicio y atención de primera calidad; esta problemática se presenta en diversas partes del mundo.

Por otro lado, las MYPES promueven la productividad, la generación de empleo y salarios en las ciudades de Europa, sin embargo, dichas empresas se ven afectadas por problemas en la gestión del servicio al cliente, dado que el 65% de los consumidores

deja de lado los productos de una marca a raíz de no haber recibido buena atención, por ello es necesario mejorar las políticas de atención. (Encuesta Global de Teradata, 2014)

Por otra parte, en España las MYPES representan el 99% del tejido empresarial, es por ello que se encuentran una gran variedad de empleos que ayudan a elevar el nivel de vida de las personas, sin embargo, hay aún empresas obsoletas en el aspecto de la gestión del servicio al cliente, por lo cual no pueden crecer, por este motivo es necesario analizar las necesidades de los clientes que todavía no están atendidas, adecuarse a sus nuevos hábitos de consumo y anticiparse a sus deseos. (Valente, 2016)

Por otro lugar en Costa Rica el 80% de las MYPES se crearon por subsistencia, es por ello que estas empresas carecen de profesionalismo, ya que los dueños apenas terminaron la secundaria, de tal forma que no cuentan con las herramientas y técnicas que es la base para una buena gestión, por este motivo el servicio que brindan no son innovadores, por lo cual llegan a fracasar. (Lebendiker, 2015)

Por otra parte en Chile las MYPES son muy importantes para el desarrollo del país, sin embargo el 90% de las empresas o negocios expiran en los primeros 5 años de vida y una de las principales dificultades de estas empresas es el desconocimiento de los emprendedores que no cuentan con habilidades en gestión, ya que en el corto plazo se ha visto una alta inexperiencia y poco profesionalismo para llevar a cabo los proyectos, lo que sale a relucir en la mala selección de proveedores o estrategias de crecimiento de la organización, es por ello que la selección de malos proveedores implica que los productos finales de los emprendimientos sean de mala calidad y en conclusión el cliente queda insatisfecho. (Muñoz, 2014)

A nivel nacional el 96,5% de las empresas que existen pertenecen al sector de las MYPES, se puede decir que cada día está más importante la fuerza del emprendimiento en el país, sin embargo la inexperiencia y la mala gestión de los dueños implica su desaparición, cabe resaltar que en estas empresas no se cuenta con un plan de negocio y de mecanismos de control de efectivo y el problema para conseguir buenos colaboradores, por lo general esto con lleva a que las empresas no mejoren sus procesos en el servicio al cliente. (Alva, 2017)

Por otra parte, en Lima los emprendimientos son cada día más, sin embargo, los inconvenientes que enfrentan estos pequeños negocios son diversos, entre ellos tenemos, que los dueño no cuentan con la capacidad suficiente para gestionar sus negocios, así mismo no se cuenta con una mano de obra calificada, y por lo general el servicio al cliente que se brinda es incorrecto.

En el caso del centro poblado de Huando, se puede ver que los dueños no cuentan con una buena gestión de calidad en la atención al cliente, ya que el personal encargado, no alcanza las habilidades suficientes respecto a la comunicación, confianza y solución eficiente para resolver quejas y dudas de los clientes, en este sentido es muy importante mejorar las habilidades de los colaboradores mediante capacitaciones en el tema de cómo dar una buena atención al consumidor.

1.2. Justificación de la Investigación.

Esta investigación se argumenta ya que servirá como guía para que puedan ejecutar ilustraciones equivalentes en otros sectores; ya sean servicios y rubro del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral y otros lugares territoriales de la región y del país. Del mismo modo esta investigación es importante porque gracias a esta

investigación se revelarán los errores que las empresas tienen y que no les permite obtener una buena respuesta; el beneficio que va dar esta investigación es que los empresarios se van a dar cuenta de la importancia de la Gestión de Calidad en la atención al cliente, para que puedan adquirir conocimientos aplicar a sus empresas.

Esta investigación se justifica desde las siguientes perspectivas:

Teórica: Se realiza en un contenido figurado y el fin consiste en mejorar conceptos mediante el develamiento de la viabilidad de expresar generalizaciones o principios. Recurre al recurso de muestreo para expandir sus conclusiones.

Práctica: El producto de la exploración servirá a las MYPES rubro restaurantes, como origen de investigación, para la comprensión de la problemática y la colocación en gestión de calidad a favor de la organización del espacio del tratado. Igualmente servirán como origen de testimonio a los futuros investigadores.

Metodológica: Se denomina el compuesto de procedimientos y técnicas que se aplican de modo ordenada y sistemática en la ejecución de una investigación. En un desarrollo de exploración, la metodología es una de las etapas en que se divide en la ejecución de una obra.

II. Marco teórico y conceptual.

2.1. Antecedentes.

Antecedentes Internacional

Jurado, G. (2014). En su investigación: *“Calidad de la Gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito (Ecuador)”*.”Tuvo como objetivo general determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito, a fin de proponer mejoras para los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200:2008”. Tomando como población y muestra 241 encuestas. El resultado: estado de las instalaciones el 81% muy bueno, el 15% bueno, el 4% ni buenas ni malas; seguridad de las instalaciones el 64% muy buena, el 29% bueno, el 7% ni buena ni mala; confort del mobiliario el 79% cómodos y agradables a la vista, el 19% bueno, el 2% ni bueno ni malo; apariencia del personal el 93% muy buena, el 7% buena; servicio prestado el 92% muy bueno, el 8% bueno; expectativa comida-bebida el 86% muy buena, el 13% buena; dirección y respeto el 93% muy buena, el 7% bueno; servicio rápido y ágil el 82% rápido y ágil, el 18% bueno; preguntas respondidas oportunamente el 88% de los clientes opinaron que todo el personal de servicio estuvo presto a escuchar y responder, el 12% buena; ayuda del personal el 93% de los clientes opinaron que el personal del restaurante estuvo en todo momento preocupado y pendiente de sus solicitudes, el

7% buena; conocimiento del personal el 89% muy bueno el 9% bueno, el 2% ni bueno ni malo; comportamiento del personal el 89% muy bueno, el 9% buena, el 2% ni bueno ni malo; servicio cordial y seguro el 95% muy bueno, el 5% buena; servicio personalizado el 86% servicio personalizado, el 14% bueno. Conclusiones: a través de la presente investigación realizada a la gestión de la calidad del servicio y atención en Robledo Restaurante, los resultados que se obtuvieron son que la mayoría de clientes calificaron al servicio y la atención como muy bueno, lo que significa que el restaurante cumple con las expectativas de los clientes. Es importante mencionar que un porcentaje de clientes no se sintieron conformes con el servicio y atención, siendo ellos quienes ayudaron a evidenciar las falencias existentes en el restaurante.

Al realizar el levantamiento de los procesos, la determinación de estándares y el involucramiento con el personal operativo, el investigador pudo observar y determinar los inconvenientes que tiene el restaurante en su administración y operación. El personal es quien pudo proponer la mayor cantidad de soluciones a los inconvenientes determinados, pues son ellos quienes conocen el manejo del negocio.

(Ligarreto, 2015) En su tesis titulada “Calidad del servicio al cliente ofrecido en juzgados Civiles de Colombia” El presente documento corresponde a una indagación exploratoria, que básicamente busca recabar información, a fin de llegar a la comprobación o reprobación de las hipótesis planteadas frente a la calidad del servicio al cliente que prestan actualmente los juzgados civiles del circuito en Colombia. El

objetivo principal fue identificar en niveles de percepción de los usuarios del sistema judicial puntualmente de aquellos que llevan en curso procesos ejecutivos y concursales, si la calidad en el servicio al cliente hace parte de las razones por las que el aparato judicial es actualmente inoperante e “ineficiente. Se realizaron encuestas cerradas a los usuarios directos del sistema y algunos no usuarios para medir la percepción; de igual forma se establecieron entrevistas con cada una de las partes involucradas en el proceso de cobro judicializado y se analizaron casos reales, con lo que se concluyó principalmente que el servicio prestado no cumple con las expectativas de los usuarios. Ahondado a que la administración de la justicia exige un nivel cada vez más eficiente. Se realiza esta investigación motivada por la gran participación que tiene el tipo de cobro jurídico en las empresas colectoras de cartera, quienes actualmente se están exponiendo a la pérdida de su mayor activo, en razón a la lentitud del aparato judicial”.

- “Conforme a los resultados expuestos, los cuales fueron obtenidos previa consulta realizada en: encuestas, entrevistas, observación directa y documentación oficial del ente regulador de los juzgados civiles, se comprobó que la percepción de los usuarios e incluso no usuarios del sistema judiciales es negativa frente a la calidad del servicio al cliente que ofrecen”.
- “Ahora bien, puntualmente frente a la calidad de servicio al cliente que presentan los despachos judiciales, es importante mencionar que el artículo 4to de la ley 270 de 1996, modificada por la ley 1285 de

2009 establece que la administración de justicia, debe ser: pronta, cumplida y eficaz en la solución de fondo de los asuntos que se sometan a su conocimiento, en este sentido, la calidad de servicio que ofrecen debe ser una prioridad para la rama judicial”.

Villalba, S. (2016). En su tesis: *“Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora-Quito”* (Ecuador). Objetivo general: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. Resultados sobre la satisfacción al cliente en Azuca Beach: genero el 54% fueron de género masculino y el 46% de género femenino; edad Las personas encuestadas que visitan este restaurante están entre los 18-25 años el mayor porcentaje de visitantes, seguidos por personas entre 26-30 años de edad, y finalmente entre 31-35 años; el personal fue amable y respetuoso el 23% fue amable y respetuoso, el 38% está de acuerdo, el 36% se encuentra indeciso, y el 3% en desacuerdo; El mesero fue claro y paciente al momento de tomar la orden el 27% de acuerdo, un 37% de acuerdo, el 23% indeciso, el 13% en desacuerdo; el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado el 25% de acuerdo, el 25% tiempo de servicio, el 17% en desacuerdo; la carta ofrece variedad el 17% de acuerdo, el 37% de acuerdo con esta variable, el 34% indeciso, el 12% en desacuerdo; los alimentos ofrecidos fueron de su agrado el 22% de acuerdo, el 40% de acuerdo, el 25% indeciso, el 13% desacuerdo; el restaurante estaba limpio el 32% de acuerdo con respeto a la limpieza, el

53% de acuerdo, el 12% indeciso, el 3% en desacuerdo; los baños estaban limpios el 32% de total acuerdo, el 39% de acuerdo, el 25% indeciso, el 3% en desacuerdo y el 1% en total desacuerdo con la variable; con qué frecuencia visita este restaurante el 41% rara vez, el 18% varias veces al mes, el 24% una vez por mes, el 11% una vez por semana, para el 6% fue la primera vez; recomendaría este restaurante el 97% si recomendaría y el 3% no lo aconsejaría”. Conclusiones: mediante el proceso de esta investigación, se ha demostrado la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado. Con los resultados obtenidos de las encuestas, se ha elaborado una serie de propuestas o estrategias para mejorar el servicio y la calidad de atención al cliente, así como estrategias para renovar el ambiente laboral, y de esta manera poder brindar un valor adicional al cliente.

(Andrade Brito & Escalante Alfonso, 2015) En su tesis titulada *“Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa bultrims s. a. ubicada en la ciudad de guayaquil en el año 2014”*. “La presente investigación está estructurada en capítulos distribuidos de la siguiente manera: Capítulo I. El cual comprende el planteamiento y formulación del problema, donde se establecen el objetivo general y los objetivos específicos y se define la justificación que apoya el desarrollo de la investigación. Estos objetivos se describen basados en una herramienta de recolección de información

propicia de acuerdo a su población y muestra, que termina con la conclusión y recomendación del estudio. Capítulo II. Definen los Antecedentes de la investigación, pasando por la formulación de hipótesis, definiendo mercados y sus segmentos, identificando sus canales de distribución o socios comerciales, además de analizar y describir los servicios que ofrece la empresa y describir los elementos involucrados en brindar el servicio al cliente. Capítulo III. Describe la estructura organizacional de la empresa, hace referencia a su organigrama funcional, a su vez se arma el FODA basada en la información recogida y se elabora un informe donde se exponen las Conclusiones y Recomendaciones de la investigación, la misma que contiene la Propuesta formulada para solventar la situación estudiada.

XIII El estudio de mercado dará a conocer los gustos y preferencias de los clientes, su ubicación, clase social, educación y ocupación, entre otros aspectos, podrá ofrecer el producto que ellos desean a un precio adecuado y lo más importante si se cumple con las expectativas que tienen sobre la empresa, de esta manera moldear las estrategias de servicios a brindar de acuerdo a las necesidades de los consumidores. Esto permitirá alcanzar los objetivos trazados por la empresa, aumentar el nivel de ventas y a mantener la satisfacción de los clientes para lograr su preferencia. Para comprobar la operatividad de este trabajo se recolectará información externa por medio de encuestas como datos primarios y estos serán los datos analizados en la investigación de mercados. Así mismo se realizará una evaluación y se controlará los procesos de atención al cliente que la

empresa estime de acuerdo al plan de estrategias de servicios programados este efecto se verá reflejado en el incremento en el nivel de las ventas. Los resultados serán transmitidos a los directivos de la organización para la toma de decisiones y así lograr el desarrollo y crecimiento del producto en el entorno”.

- “Con este estudio se realizó técnicas de venta y mejorar el servicio al cliente que es de gran importancia para la empresa, manteniendo de esta manera nuevos clientes, recuperando clientes perdidos de la cartera por los incumplimiento de entrega de productos o por la falta de atención al cliente adecuada se trata de mejorar las debilidades de la empresa y volverlas fortalezas de la competencia y mantenerse como líderes del mercado objetivo.Podemos tomar algunas estrategias del F.O.D.Aqué será de gran ayuda para el crecimiento de la empresa”.
- “Tomar en consideración las encuestas realizadas a los clientes metas, las entrevista que son de conocimiento de lo que el mercado exige en quejas y en satisfacción del servicio que se está dando como empresa. Para aumentar las ventas en la empresa que entro en una carencia de clientes se llegó a este punto por la falta de liquidez de la empresa”.

López, D. (2018). En su trabajo de investigación: *“Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”* *“(Ecuador)*. El presente trabajo de investigación, es un

estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

-Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. En donde se concluyó que

es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos”.

- “En el estudio realizado se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy’s se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente”.

Antecedente Nacional

Chupayo, K. (2018). En su tesis titulada: *“Impacto de la Calidad del Servicio en la Satisfacción en la Micro y Pequeña Empresa del Rubro Restaurante de Comida Criolla en Ñaña, Distrito de Lurigancho Chosica”*. Tuvo como objetivo principal: explicar el impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en restaurantes MYPE en Ñaña, distrito de Lurigancho en el periodo 2018. Población el

universo de estudio está compuesto por 12489 personas. Resultado: satisfacción del cliente; 0.486 fiabilidad, 0.238 capacidad de respuesta, 0.236 elementos tangibles, 0.261 empatía, 0.239 seguridad, 0.119 accesibilidad esto explica al 59.5% la influencia que tienen las 6 variables sobre la satisfacción de los clientes. Conclusión: como se puede observar, en el rubro de restaurantes MYPE en el distrito de Lurigancho, es importante cuidar 6 variables: Elementos Tangibles, Empatía, Seguridad, Fiabilidad y la Accesibilidad, las cuales influyen significativamente; sin embargo, es importante destacar que las variables que mayor peso presentan según la regresión lineal son: Fiabilidad y Empatía.

(Arhuis Aponte & Campos Veliz, 2016) El presente trabajo de investigación titulado “INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA AUTOMOTRIZ SAN CRISTOBAL – HUANCAYO 2015”, se ha realizado considerando como inicio el problema ¿De qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal – Huancayo 2015? teniendo por tanto, como objetivo general determinar la influencia que existe entre las variables mencionadas. Asimismo, tiene como hipótesis general que, la calidad de servicio influiría en la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal Huancayo 2015, de manera directa. El tipo de investigación ha sido: descriptivo-explicativo; los métodos de investigación utilizados han sido: el método científico, inductivo-

deductivo y analítico-sintético; los instrumentos que se usaron es: de la variable independiente el SERVPERF y de la variable dependiente la escala de satisfacción del cliente. La conclusión general a la que se arribo ha sido: la calidad de servicio influye directamente en la satisfacción de los clientes de la Empresa Automotriz San Cristóbal, es decir el 82.2 % de la variación de la satisfacción XVI del cliente este explicado por la calidad del servicio el resto está explicado por otras variables no estudiadas. Al finalizar la investigación se formuló una propuesta de mejora de calidad de servicio en la Empresa Automotriz San Cristóbal.

(Condeso Oscategui & Esteban Cardenas, 2018) Presentamos el presente trabajo de investigación intitulado; “Factores de atención al cliente y el marketing de servicios en el Banco de Crédito del Perú, distrito de Yanacancha, Pasco 2017”, en primera instancia, que luego de haber trajinado durante cinco años en las aulas universitarias, nos sentimos contentos y satisfechos el haber aprendido de las teorías, prácticas y experiencias de las ciencias de la administración y de la empresa, de mucho valor que nos sirvió y permitió tener una proyección de emprendedor, y gestor de empresas y negocios; asimismo, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela de Formación Profesional de Administración, de la Facultad de Ciencias Empresariales (FACE), presentamos los resultados de la investigación arriba en mención, que nos permitieron comprender la problemática de una de las entidades financieras importantes del país como es el Banco

de Crédito del Perú, y abordar el tema de la atención al cliente y los servicios desde la perspectiva de la ciencia del marketing. La investigación se inició a partir de una evaluación exploratoria de identificación de la problemática de orientación de los diferentes cambios en la entidad financiera en materia de atención y servicios al cliente, producto de su accionar de política y estrategia empresarial; el mismo que permitió plantear el objetivo de investigación siguiente: Identificar los factores de atención al cliente en ventanilla y plataforma que contribuyen al marketing de servicio en el Banco de Crédito del Perú 6 (BCP), entidad financiera ubicada en el distrito de Yanacancha Pasco; cuya hipótesis contrastadas evidenciaros fueron, que las estrategias de la atención al cliente en plataforma contribuyen al desarrollo del marketing de servicios del Banco de Crédito del Perú (BCP), del distrito de Yanacancha; la investigación fue de tipo descriptivo, se usó el método deductivo a partir del cual nos permitió el análisis de las teorías del marketing y el método inductivo que sirvió evaluar la práctica empresarial de dicha entidad financiera; el diseño de investigación fue descriptivo correlacional; realizada en una muestra no probabilística de 15 trabajadores de la entidad en estudio.

(Ccaccya Taipe, 2018) En su tesis titulad “CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA TELESERVICIOS POPULARES, LA MERCEDCHANCHAMAYO-JUNIN, 2016” La presente tesis titulada “Calidad de Servicio y

Satisfacción del Cliente de la Empresa Teleservicios Populares, La Merced –Chanchamayo-Junín, 2016”, donde se tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Empresa Teleservicios Populares, La Merced – Chanchamayo-Junín, 2016, el tipo de estudio fue básico y su diseño es correlacional, siendo la hipótesis de investigación la relación directa y significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Empresa Teleservicios Populares, La Merced –Chanchamayo-Junín, 2016. La población de estudio son los usuarios de Teleservicios Populares que conforman un total de 121 clientes. Realizando el muestreo probabilístico se obtuvo una muestra de 92. Para el recojo de la información se empleó la técnica de la encuesta en ambas variables y como instrumento el cuestionario, el cual fue aplicado a una muestra; luego del estudio, se llegó a la conclusión de que, existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la Empresa Teleservicios Populares, La Merced – Chanchamayo-Junín, 2016 ($r= 0.844$, $p= 0.000 < 0.05$).

- Existe relación directa y significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Teleservicios Populares de la Merced -Chanchamayo – Junín en el 2016, evidenciado a través del índice de correlación de spearman $r= 0.844$, con una probabilidad de $p= 0.000 < 0.05$ que indica que la correlación es significativa lo cual valida la hipótesis alterna propuesta.

Arroyo, P. (2016). En su tesis: *“Diseño de un modelo de Gestión de la Calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la Atención al Cliente del Restaurante Marako’s Grill S.A.C. – Chiclayo”*. “La presente investigación se trazó como objetivo diseñar un Modelo de Gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM, para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako’s Grill S.A.C. - Chiclayo” 2015-2016. El diseño aplicado descriptivo. En cuanto a los resultados, los trabajadores no están conformes con que en el restaurante se lleve a cabo la revisión y mejora de la eficacia de su liderazgo, con respecto a pocas estrategias no son utilizadas con frecuencia, sobre los recursos humanos estos son satisfactorios, en lo que concierne a las políticas de colaboraciones y alianzas no se promueven acciones de mejora con otras personas u organizaciones, no hay un acuerdo sobre los procesos definidos por el servicio especialmente lo que son clave para el desarrollo y la participación de los trabajadores, Ahora bien, hay una posición neutral, con respecto a la utilización del servicio. Los empleados están en desacuerdo con la percepción de la sociedad sobre el servicio. Al término de la investigación se determinó que la gestión de la calidad en la atención al cliente del restaurante Marako’s Grill S.A.C. –Chiclayo, es considerada buena. Sin embargo, se pueden mejorar, la rapidez en la atención al cliente, la aceptación del servicio brindado e higiene; la seguridad y la percepción que tienen los clientes. Se propuso un Modelo de Calidad basado en el Modelo EFQM. La autoevaluación es importante, ya que permitiría detectar cuáles son los puntos fuertes y

débiles de la organización y establecer los criterios de mejora. Se logró diseñar y proponer el Modelo EFQM, de acuerdo a los 9 criterios. La propuesta de un modelo de Gestión de Calidad basado en el Modelo EFQM; sí mejorará la atención al cliente”.

-Se analizó la información sobre la gestión de la calidad en la atención al cliente del restaurante Marako's Grill S.A.C. –Chiclayo, a través de la encuesta y la entrevista, considerándola como buena y esto se refleja por el número de clientes que vuelven a consumir en el restaurante. Sin embargo, a pesar de ello, se pueden reforzar algunos aspectos y brindar mejoras en la calidad de atención de los clientes como son: mejorar la rapidez en la atención al cliente, ya que, si bien es cierto, el porcentaje de desaprobación no es alto. Aunque la tendencia hacia la calidad debe procurar obtener resultados óptimos.

-Asimismo, el grado de aceptación del Servicio brindado e higiene del restaurante Marako's Grill S.A.C. –Chiclayo, debe maximizarse, aun cuando existe un 21,68% de los clientes que se mantiene en una posición intermedia o neutral, se deben tomar las medidas del caso, en procura de fortalecer este aspecto.

Sánchez, M. (2014). En su tesis titulada: *“Capacitación en habilidades de Atención al Cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurant Mar Picante” de la Ciudad de Trujillo”*. Teniendo como objetivo general: Elaborar un plan de capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el

restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo. La población está constituida por 320 clientes que acudieron en promedio semanalmente al restaurant Mar Picante de la ciudad de Trujillo. Resultados: Nivel de atención el 5% opinan que no cumplen, el 25% opinan que es regular, el 30% es bueno y el 40% es muy bueno; habilidades de los trabajadores el 5% muy mala, el 10% son malas, el 20% regular, el 30% buena, y el 35% muy buenas, capacidad de escucha el 5% está entre muy mala, el 25% buena, el 35% regular, el 35% muy buena; cortesía en el trato el 37% de los encuestados percibía cortesía en el trato, mientras un 63% no lo percibía; tiempo de espera el 10% muy malo, el 20% regular, el 25% muy buena, y el 35% bueno; apariencia del personal el 2% muy mala, un 3% mala, un 10% regular, un 35% buena, un 50% muy buena; higiene del restaurante el 10% regular, el 30% buena y el 60% muy buena; presentación del personal el 5% mala, el 25% regular, un 30% buen y un 40% muy buena; contacto del personal el 5% malo, un 15% regular, y un 40% muy buena; seguridad que ofrece el restaurante el 10% regular, un 30% buena, el 60% muy buena; . Conclusión: Al medir la calidad del servicio en el restaurant Mar Picante antes de la implementación del plan de capacitación, encontramos que este era calificado por los clientes como una calidad de servicio deficiente, concluyendo que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real, ya que la calidad de servicio no estaba bien visto por los clientes y tuvo que plantearse una medida para revertir la situación, que en este caso fue la implementación de un plan de capacitación.

Antecedente Local

Carlos (2019). En su tesis titulada *“la gestion de calidad y competitividad en las mypes del sector servicio - rubro restaurantes campestres, del centro poblado retes, provincia de huaral, 2018”* “La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio - Rubro Restaurantes Campestres del Centro Poblado Retes, Provincia de Huaral, 2018. La investigación utilizo un diseño no experimental - transversal - descriptivo, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados : en cuanto a los representantes el 70 % cuentan con más de 51 años de edad, el 60 % son de sexo masculino, el 80 % son dueños del negocio ,en cuanto a las MYPES el 70 % cuenta con 7 a más años en el rubro , el 50% tiene de 1 a 5 trabajadores , el 60% son familiares y no familiares, el 100% de las empresas han sido creadas con el objetivo de generar ganancias, siendo el 60% personas naturales, en cuanto a la Gestión de Calidad tenemos que el 50 % muy pocas veces planifican los objetivos y metas que quiere conseguir en el último año en la empresa, el 60% considera que casi siempre es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad ,en cuanto a la Competitividad tenemos que el 60% creen que su empresa es

competitiva en el mercado, el 50 % menciona que casi siempre el personal que se encuentra a su cargo conoce los procesos internos de la empresa ,el 70% de las empresas inducen a sus trabajadores al buen trato, el 50 % cree que casi siempre la competitividad de su restaurante depende del buen servicio que brinda, el 50 % casi siempre y el 50% algunas veces considera que innovar en el negocio, genera alguna ventaja competitiva. En conclusión las MYPES del sector Servicio - rubro restaurantes campestres del Centro Poblado Retes, Provincia de Huaral – 2018, necesitan aplicar el planeamiento estratégico, la capacitación del personal y la innovación de sus servicios y productos para ser más competitivas en el mercado local, nacional e internacional”.

- “Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes campestres del Centro Poblado Retes, Provincia de Huaral - Año 2018, son personas adultas que tienen de 51 a más años de edad, en su mayoría relativa son varones con estudios secundarios, la mayoría de los representantes son dueños del negocio, que desempeñan en el cargo más de 7 años”.

Jenny (2019). En su tesis titulada: *“La gestión de calidad y el financiamiento en las mypes, del sector servicio - rubro restaurantes del distrito de Huaral 2018”* “En el presente trabajo de investigación, se tuvo como objetivo general, describir las principales características de la Gestión de Calidad y el financiamiento, en las MYPES del sector comercio – rubro restaurantes del Distrito de Huaral 2018. La

investigación fue descriptiva, para realizar dicha investigación tuvimos una muestra poblacional de 26 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, utilizando la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados: Con respecto a las características de los Representantes legales de las Mypes, tenemos que los empresarios encuestados el 77.00% son adultos y 23.00% son adultos mayores, el 23.00% es de sexo masculino y 77.00% femenino, el 62.00% son casados. el 31.00.% son convivientes y 7.00% son solteros, el 38.00% tiene estudios superiores no universitarios y el 31.00% estudios superiores universitarios; así mismo, las principales características de las MYPES del ámbito de estudio tenemos que el 61.00% es de tipo jurídica, el 50.00% son trabajadores permanentes el 100.00% tiene más de un año en el mercado, el 69.00% tiene de 1 a 5 trabajadores y el 100.00% fue creado para generar dinero y las características de la Gestión de Calidad, vemos que en promedio el 50.00% cuenta con documentos de gestión, el 88.00% Considera usted que las estrategias que actualmente desarrolla en su servicio le permitirá mantenerse en el mercado, el 80.00% Considera que el valor de propuesta que ofrece a sus clientes, es el punto diferenciador de sus competidores, y con respecto al financiamiento vemos que el 70.00% utiliza medios de publicidad, el 77.00% no tuvo dificultad para acceder al financiamiento. En conclusión, consideramos que existen buenas estrategias de las mype para ser acceder al financiamiento y todos tienen conocimiento de la gestión de calidad, pero

aun falta implementarlas en su totalidad para garantizar un buen servicio y una buena atención al cliente”.

- Se concluye que la mayor cantidad de los representantes legales o propietarios de las MYPES del sector comercio - rubro Restaurantes del Distrito de Huaral 2018, son de edad promedio entre los 40 y 60 años. Los representantes legales o propietarios las MYPES son de sexo femeninos en su gran mayoría, estando este rubro liderado por las mujeres. Así mismo vemos que según el estado civil del total del representantes legales o propietarios las MYPES, tenemos en mayor cantidad casados, seguidos de convivientes y solo una minoría son solteros. Con respecto al grado de instrucción del representantes legales o propietarios las MYPES, vemos que predomina los que tienen estudios superiores no universitarios, seguidos por los que tienen estudios superiores universitarios, siendo este una fortaleza para administrar su mype.

(Aguilar Velazco & Gordillo Huerta , 2019) En su tesis titulada “Modelo de gestión turística para potenciar el turismo interno a través del desarrollo de un cluster turístico en la provincia de Huaral” El presente trabajo de investigación analiza la conformación de un cluster en los países en vías de desarrollo de Latinoamérica. Las investigaciones de competitividad turística y modelo de gestión de destinos identifican una serie de componentes clave para la óptima gestión de recursos asociados al sector. Los estudios identifican un modelo aplicable en Huaral, provincia de la región Lima, en Perú. El objetivo del documento

es analizar los componentes de un modelo de gestión de destinos para explotar los principales recursos a través de la propuesta de una metodología de implementación de cluster turístico. El enfoque teórico y metodológico para este modelo consiste en la revisión de modelos de competitividad y su aplicación para la validación del destino turístico como un destino con potencial competitivo. Es así que con la ayuda de las herramientas de recolección de datos (encuestas y entrevistas semi estructuradas) y base de datos de las entidades competentes en la materia se comprueba que, en efecto, la provincia cuenta con potencial turístico. Así mismo se realiza un estudio sobre los modelos aplicables de clusters turísticos, tomando como referente el propuesto por Pearce (2016). Finalmente se emplea herramientas de análisis de destinos para definir el grado de integración y la conformación y fortalecimiento de las redes de integración de agentes y de esta forma validar la propuesta de conformación del cluster que fomente el desarrollo estratégico de las ventajas comparativas y competitivas para la creación de una oferta atractiva e innovadora.

2.2. Bases teóricas de la investigación.

Teoría de la Gestión de Calidad

a. Gestión de la Calidad

Riquelme (2017). “Se entiende por gestión, el conjunto de acciones que una organización lleva a cabo con la misión de administrar un negocio o solucionar un asunto. En cuanto a calidad, es una

propiedad positiva que implica preponderancia respecto a sus similares. Estos ambos conceptos se combinan en los procesos empresariales u organizacionales para mencionar gestión de calidad a una perspectiva esencial de la acción institucional con la única razón de complacer más que eficientemente a los clientes” “Por ello se puede expresar que el método de gestión de calidad, mediante instrumentos, instrucciones que son reguladas por leyes, etc, la empresa u organización podrá llegar a tener una organización adecuada en cuestión a la calidad de la misma empresa; todo esto lleva a la empresa a estar dirigida a la mejora permanente de la calidad”.

Ishikawa (2015). “Ishikawa retomó el concepto de Feigenbaum de Control Total de la Calidad, y lo adaptó a la realidad japonesa, llamándolo “control de calidad en toda la empresa”, lo que significa que toda persona de la empresa debe estudiar, participar practicar el control de la calidad”.

“La idea de que la calidad es la oportunidad y la obligación de los dirigentes de la organización; y para lograr el compromiso de la alta dirección, desarrolló como instrumento el “cuadro de madurez” que permite realizar un diagnóstico y posibilita saber qué acciones se deben desarrollar”.

b. Alcances de la gestión de calidad

Cuando hablamos de la gestión de la calidad se tiene que tener muy en cuenta como alcanzar la calidad, es por ello que se usa el control de los procesos teniendo en cuenta los cuatro componentes:

1. Planeamiento: en este componente se diseña el desarrollo y así lograr los objetivos de calidad.
2. Control: Inspección continúa para descubrir alguna falla.
3. Aseguramiento: tanto el proceso y el producto se pone a prueba para comprobar el objetivo.
4. Mejoras: todo lo que se pueda obtener de los procesos es tan solo motivados por obtener resultados contundentes y favorables para la empresa.

c. Elementos del sistema de gestión de calidad

Estos elementos son muy afines entre sí.

- ✓ La estructura organizacional: esta estructura se basa en las ocupaciones y responsabilidades que cada colaborador tiene para lograr sus objetivos; también se refiere a la organización de los colaboradores entorno a sus ocupaciones y labores.
- ✓ Planificación: este elemento nos permite trazar un plano y así llegar a alcanzar los objetivos planteados, para ellos se formulamos las siguientes interrogantes ¿a dónde se quiere llegar? ¿qué hacer para lograrlo? ¿cómo se va a hacer? ¿qué se necesita para lograrlo?
- ✓ Recursos: con los recursos se logra alcanzar los objetivos que la empresa se ha trazado en cuanto a la organización, el

equipo, la infraestructura, las personas, el dinero, la materia, etc.

- ✓ Procesos: conjunto de tareas que convierten materiales en productos o servicios, esto a la vez se necesita de recursos, procedimientos, planificación.
- ✓ Procedimientos: es la manera de realizarse etapas y poder llevar acabo el control del cumplimiento.

d. Trilogía de la Calidad

Juran (2014). La calidad no se da de manera ocasional, sino que debe ser planificada.

1. Planeación de la calidad: establecer un procedimiento que sea competente de efectuar metas establecidas para hacerlo según las situaciones de ejecución.
2. Control de la calidad: cuidar que el procedimiento opere con certeza ya que las deficiencias se originan en la acción de inicio, los procesos pueden maniobrar con un profundo grado de inversión de desecho.
3. Mejoramiento de la calidad: es la manera en que se termina con los procesos preliminares de ganancia y desempleo.

e. Ciclo de Deming

Según Ingrande (2018) menciona que a William Edwards Deming se le imputa el mencionado Circulo PDCA. Pero fue planteada primero hace 30 años por Walter A. Shewhart, el padre del Control Estadístico de la Calidad. Deming fue el responsable de propagar

grandemente mediante su obra y de las múltiples ejecuciones de métodos de gestión de la calidad triunfantes en las que participó. El ciclo PDCA constituye de cuatro etapas constantes, de este modo, las acciones se examinan diariamente para agregar nuevas mejoras.

1. Planificar: “Preparar lo que se requiere antes de ejecutar alguna acción”.
2. Desarrollar: realizar lo planeado.
3. Comprobar: con esta acción se comprueba los resultados.
4. Actuar: “Nivelar, en caso que los resultados sean positivos o en caso contrario se inicia el ciclo PDCA”.

f. Principios de la gestión de calidad

Uno de los factores muy significativo es esclarecer la base primordial de la gestión de calidad es por ello la Norma ISO 9001, (2015), señala las columnas básicas para que pueda haber una gestión de calidad:

1. Enfoque a la clientela. La gestión de calidad tiene muy claro sus objetivos que es complacer lo que los consumidores necesitan y se deben esforzar en resaltar las perspectivas de los mismos.
2. Liderazgo. Los jefes han de instaurar las circunstancias en que los colaboradores de la empresa contribuirán en las metas obtenidas de la sociedad.
3. Compromiso del Personal. Muy importante que la institución tenga como colaboradores a personas adecuadas en la tarea de

perfeccionar la manera con respecto al crecimiento de la empresa.

4. Enfoque a procesos. Se logra buenos resultados cuando se atienden las tareas con eficacia y eficiencia y así se logra la coherencia en las actividades.
5. Mejora Continua. Las empresas con mucho éxito son las que cuentan con la dirección en la mejora continua.
6. Toma de decisiones basada en evidencias. Cuando las decisiones se basan de estudios y la valoración de la información son más expuestas a originar los ansiados resultados.
7. Gestión de las relaciones. Para lograr tener éxito continuo, las empresas tienen que negociar sus relaciones con los interesados, ósea con los proveedores. (p. 4)

g. Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro de restaurantes

Podemos afirmar que la atención al cliente es regular, sin embargo falta mucho por mejorar, en este sentido el personal debe contar siempre con todas las herramientas físicas posibles, así como contar con capacitación constante, para que de esta manera puedan tener un mejor trato a las personas que consumen y así lograr que sean fieles al negocio.

ISO 9001

Es una norma de sistemas reconocida de forma internacional. La norma ISO es un referente de del sistema de gestión de calidad, que

ha llegado a superar el millón de certificaciones mundialmente. Esta es una norma que se puede aplicar a las organizaciones dependiendo de su tamaño y su ubicación.

Baca, (2017) nos dice que las normas ISO 9001 de calidad están alejados de las Micro y Pequeñas Empresas, es importante conocer que un certificado de calidad, mejorara la imagen de las Empresas, por más que sea costosa la unión de varios negocios, podrá permitir adquirir una norma ISO. Por otra parte, esta norma permitirá al microempresario, un mayor control de todos los procesos, se consigue una disminución de los gastos y desperdicios. Si existe una reducción esto repercute de forma directa en el precio final que el cliente pagará por el servicio, ya que no tendrá que costear las ineficiencias internas de la organización que quiere contratar.

Atención al cliente

Arturo (2015) menciona “que la asistencia al consumidor es la prestación que una compañía brinda a sus clientes al instante de estar pendiente a sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o hacer entrega del mismo”

Para comprender mejor este concepto haremos una revisión de los elementos que interceden en el servicio al cliente:

- ✓ Deferencia: el trato agradable, atento y cortés, son requisitos muy importantes para un negocio.

- ✓ Atención individualizada: atención inmediata al personal.
- ✓ Celeridad en la atención: aquí se toma en cuenta la celeridad en la toma de pedidos o alguna consulta o duda que los clientes puedan tener.
- ✓ Ambiente agradable: ambiente acogedor en donde los consumidores estén a gusto con el servicio.
- ✓ Comodidad: cuando el cliente visita el local debe sentirse cómodo, ante todo.
- ✓ Seguridad: hace reseña a la seguridad del local sintiéndose protegidos.
- ✓ Higiene: se refiere que un negocio debe tener limpio el lugar donde hace la venta de sus productos.

a. Importancia del servicio al cliente

El servicio al cliente está ligada a la acción en el cual haya alguna comunicación con el consumidor, iniciando por los colaboradores de seguridad que se encuentran en la puerta del negocio, incluso hasta la interacción por medio de una llamada recibida. Es por ello que es muy importante brindar capacitación y motivación permanente a los colaboradores para que se puedan desempeñar de manera adecuada en sus responsabilidades.

b. Herramientas de atención al cliente

Como bien se sabe que el colaborador es una pieza muy importante en la atención al consumidor. Sin embargo, en muchos casos las incorrecciones en el servicio se dan por no conceder al colaborador

todo lo que requiere para desempeñarse bien su labor, por lo cual hace necesario usar herramientas que faciliten el proceso de atención al cliente, así lo refiere Sastre, (2013):

“Existe infinidad de herramientas, y todas ellas varían en cuanto a precios, pero también debes tener en cuenta que te conviene realizar una inversión y que, una vez escogida la herramienta, tendrás que trabajar con ella durante un tiempo para rentabilizar la inversión, por lo que será una decisión importante para tu negocio”. (párr. 15)

Micro y pequeña empresa

a. Concepto de micro y pequeña empresa

Rodríguez, (2000). Valencia precisa a la organización como “un ente en donde se crea riqueza, y donde ésta permite que pongan en operaciones recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros y técnicos) para transformar los insumos en bienes y servicios terminados, de acuerdo con los objetivos fijados por una administración”

b. Ventajas de la micro y pequeña empresa

- ✓ “Son flexibles incluso más que las demás empresas convencionales en los métodos de elaboración.
- ✓ La relación de los colaboradores con los clientes es más cercana.
- ✓ Por la sencillez de la infraestructura es más fácil realizar cambios en el nicho de mercado.

- ✓ En cuanto a las responsabilidades de los colaboradores son mucho más extensos, menos rectos, además los colaboradores están con más disposición a cambiar para obtener una mejora.
- ✓ En la toma de decisiones el tiempo es menos ya que los procesos son menos complicados.
- ✓ En lo que se refiere a la visión de la empresa es menos estricta, más dirigida a lo que requieren los consumidores”.

c. Desventajas de la micro y pequeña empresa

- ✓ “Distinguen varios cambios y avances porque cuentan con direcciones específicas.
- ✓ No pueden encausarse en grandes negocios porque no cuentan con importantes respaldos financieros.
- ✓ Se debe tener una firme revisión de su organización ya que es configurable.
- ✓ La cercanía entre colaboradores puede ser causa de dificultades ya que se corre con el riesgo que lleven los problemas personales a la empresa.
- ✓ No existe control en la entrada y salida de dinero.
- ✓ Para poder tener atención y no pasar desapercibido por los clientes la empresa debe realizar publicidad”.

d. Características de empresa

Es un sistema: conjunto regulado por segmentos relacionados a un entorno que regulan la producción, financiamiento, etc., para lograr sus objetivos.

Entidad libre de creación de bienes o servicios

- ✓ Bienes: es todo aquello lo que satisface a los clientes. Son tangibles (autos, gasolina, etc.)
- ✓ Servicios: no tienen aspectos corporales (servicio bancario, educativos, etc.)

Satisfacen necesidades humanas: todo lo que se requiere para conservación y el desarrollo humano.

Es una unidad jurídica: funciona entorno a leyes.

Tiene nombre propio, patrimonio y domicilio: son requisitos muy importantes para el funcionamiento de una empresa.

Asume riesgos y responsabilidades:

Es una unidad social: desarrollada por personas para personas.

2.3. Marco Conceptual

a. Gestión de la Calidad

Riquelme (2017). “Se entiende por gestión, el conjunto de acciones que una organización lleva a cabo con la misión de administrar un negocio o solucionar un asunto. En cuanto a calidad, es una propiedad positiva que implica preponderancia respecto a sus similares”. “Estos ambos conceptos se combinan en los procesos empresariales u organizacionales para mencionar gestión de calidad a una perspectiva

esencial de la acción institucional con la única razón de complacer más que eficientemente a los clientes”

b. Atención al cliente

Arturo (2015) menciona “que la asistencia al consumidor es la prestación que una compañía brinda a sus clientes al instante de estar pendiente a sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o hacer entrega del mismo”

c. Concepto de micro y pequeña empresa

Rodríguez, (2000). Precisa a la organización como “un ente en donde se crea riqueza, y donde ésta permite que pongan en operaciones recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros y técnicos) para transformar los insumos en bienes y servicios terminados, de acuerdo con los objetivos fijados por una administración”

Las micro y pequeñas empresas del rubro de restaurantes

El rubro de restaurantes está clasificado en tres sectores, el grupo de restaurantes, dedicados a la venta de comida general al público; el servicio de bebidas; y otras actividades de servicios de comida compuesto principalmente por los concesionarios de alimentos.

d. Restaurantes en el Perú

En el Perú el rubro de los restaurantes destaca por su gran prestigio en sus diversidades de menús, así como su agradable sabor, por ello cabe decir que el grupo de restaurantes aumentó 1.62% destacando los establecimientos pollerías, comidas rápidas, chifas y sanduceras,

asimismo, mostraron buen desempeño las pizzerías, café-restaurantes y restaurantes de comida criolla.

2.4. HIPÓTESIS

Según Kerlinger (1981) la hipótesis es una expresión conjetural de la relación que existe entre dos o más variables, que además debe ser verificable a través de la experiencia. Para Selltiz y otros (1965), una hipótesis de relación causal afirma que una determinada condición u ocurrencia de una variable X es uno de los factores que determina otra condición u ocurrencia de una variable.

En el presente estudio de investigación, sobre Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del centro poblado de Huando, distrito, provincia de Huaral, Región Lima. 2018. No se plantea hipótesis, dado que la investigación tiene dos variables y es de tipo descriptiva.

III. Metodología.

El tipo de investigación.

“Para la elaboración del presente proyecto de investigación se utilizó el tipo de investigación cuantitativo y cualitativo”

- a. Cuantitativo: se caracteriza por pretender ser objetiva, deductiva, uso de estadística inferencial y tener el control de las variables estudiadas para poder llegar a realizar generalizaciones a partir de los hallazgos. (Bonilla & Rodríguez, 2005).

- b. Cualitativo: “busca aproximarse a las situaciones sociales de una forma global en las cuales se explora, se describe y se comprenden de manera inductiva. (Bonilla & Rodríguez, 2005)”

Nivel de la investigación de las tesis.

El nivel de la investigación es descriptivo y aplicativo.

- a. Descriptivo: Se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. (Hernández, 2012)
- b. Aplicativo: Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad. (Murillo, 2008)

Diseño de la investigación

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación, no experimental – transversal.

- a. “No experimental: es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista.1991. p.189)”

- b. Transversal: donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado. (Sampieri, 2003)

Población y muestra.

a. Población

Según Balestrini (1998) define la población “un conjunto finito o infinito de personas, cosas o elementos que presentan características comunes con el fenómeno que se investiga” (p. 210)

La población estará conformada por 10 micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018

b. Muestra.

Según Arias (2006) menciona que la muestra es un “subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. (p. 83)

La muestra está conformada por el 100% de la población, es decir por 10 micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018

3.1. Definición y operacionalización de variables.

VARIABLE		Definición operacional			Escala de Medición
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de Calidad	“Deming se basa en los catorce principios gerenciales que constituyen el pilar para el desarrollo de la calidad estos principios son fundamentales para la gestión y transformación de la eficacia empresarial tienen como objetivo transformar a la empresa para que sea competitiva se mantenga en el negocio y pueda dar empleo. (Deming, 2010)”	Planificar	“Preparar lo que se requiere antes de ejecutar alguna acción”	Metas	Likert
				Políticas	
		Desarrollar	Realizar lo planeado.	Proceso actividades	
				Organización	
		Comprobar	“Con esta acción se comprueba los resultados”.	Seguimiento	
				Evaluaciones	
		Actuar	“Nivelar, en caso que los resultados sean positivos o en caso contrario se inicia el ciclo PDCA”.	Mejora continua	
Control de procedimientos					
Atención al Cliente	“La atención al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (Serna, 2006)”	Expectativas del cliente	“Son una medida anticipada de la calidad que el cliente espera recibir”.	Producto	Likert
				Servicio	
		Calidad percibida	“Busca determinar en qué medida el producto se adapta al cliente, y con qué frecuencia cree que el producto o servicio va a fallar”.	Personalización	
				Fiabilidad	
		Quejas del cliente	“Son la expresión más palpable de la insatisfacción”	Escuchar	
Solución					
Fidelidad del cliente	“Es la plataforma de la rentabilidad del negocio”.	Satisfacción			
				Buen servicio	

3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

“En la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario de preguntas”

a. Técnica

Según Baker (1997) “define a la encuesta como un método de colección de datos en los cuales se definen específicamente grupos de individuos que dan respuesta a un número de preguntas específicas”. (p. 56)

b. Instrumento

Tejada (1995) “menciona que el cuestionario de preguntas es el conjunto de preguntas o ítems acerca de un problema determinado, objeto propio de la investigación, cuyas respuestas se han de contestar por escrito” (p.11)

3.3. Plan de análisis.

Se procesó considerando la naturaleza de los datos mediante la tabulación de los mismos en una hoja de Excel, los cuales se tabularon bajo códigos previamente establecidos. En el cual se definió los comandos a emplear para poder procesar lo obtenido y poder hacer una interpretación y posteriormente analizar y concluir.

Se utilizó tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual), las cuales servirán para la presentación de datos procesados y ordenados según los niveles correspondientes.

Además, los datos recolectados en la investigación se harán uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaborarán tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

3.4. Matriz de consistencia.

Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e Instrumento
<p>1. ¿Cuál es la propuesta de mejoras en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2019?</p>	<p>Objetivo General: “Realizar la propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018”</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018 2. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018 3. Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. 4. Describir las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. 5. Elaborar una propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. 	<p>“Gestión de Calidad en atención al cliente”</p>	<p>Población: “La población estará conformada por 10 micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018”</p> <p>Muestra: “La muestra estará conformada por el 100% de la población, es decir por 10 micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018”</p>	<p>Tipo El tipo de investigación cuantitativo y cualitativo</p> <p>Nivel El nivel de la investigación es descriptivo y aplicativo.</p> <p>Diseño El diseño de investigación, no experimental – transversal.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Recolección de datos.</p>

3.5. Principios éticos

“Para el presente proyecto de investigación titulada: Gestión de Calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018, se tomará en cuenta el código de ética para la Universidad”.

1. Protección a la persona

En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

2. Beneficencia y no maleficencia

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

3. Justicia

Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a

quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

4. Integridad Científica

La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional.

5. Consentimiento informado y expreso

En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

6. Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños

IV. RESULTADOS

1.1. GENERALIDADES

1.1.1. Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

Tabla 1: Distribución según edad.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
18 a 30 años	7	70	70
31 a 50 años	2	20	90
51 a más años	1	10	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

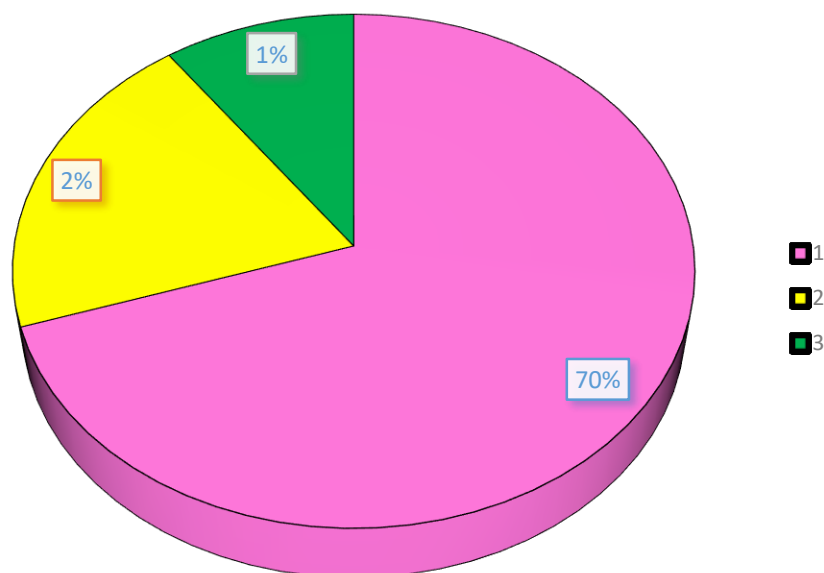


Figura 1: Distribución según edad.

Interpretación: Del total de representantes el 70% manifestó que tienen entre 18 a 30 años de edad, el 20% tienen de 31 a 50 años, seguido de un 10% que tienen de 51 años a más.

Tabla 2: Distribución según género

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
Femenino	7	70	70
Masculino	3	30	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

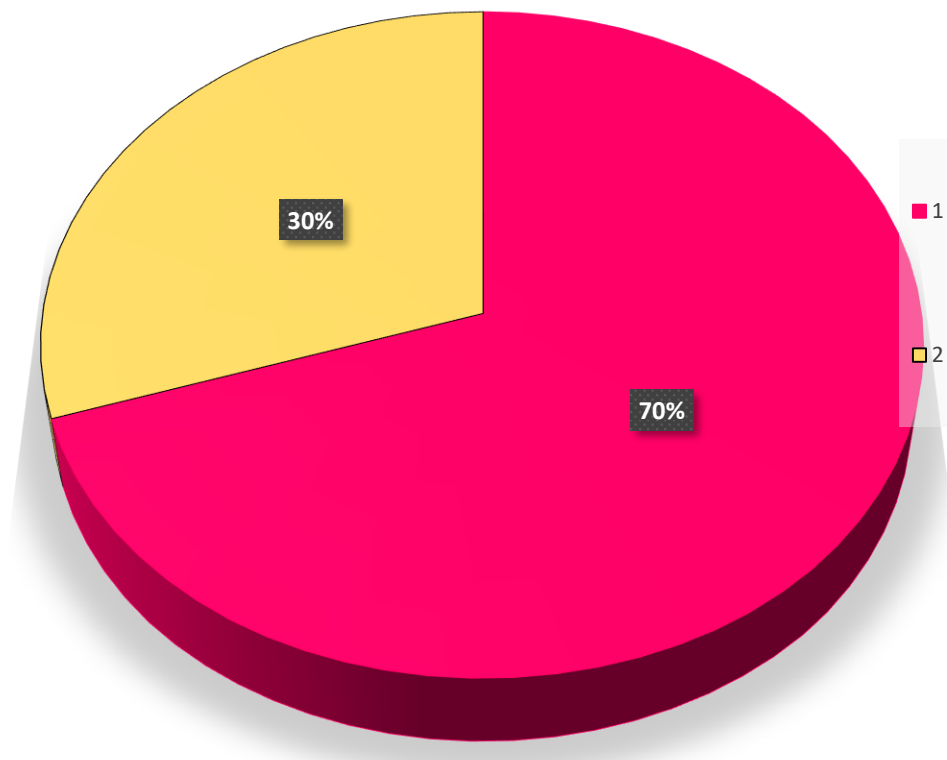


Figura 2: Distribución según género.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 70% son de género femenino y el 30% son de género masculino.

Tabla 3: Distribución según grado de instrucción.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
Sin instrucción	0	0	0
Primaria	0	0	0
Secundaria	8	80	80
Superior no Universitaria	1	10	90
Superior Universitaria	1	10	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

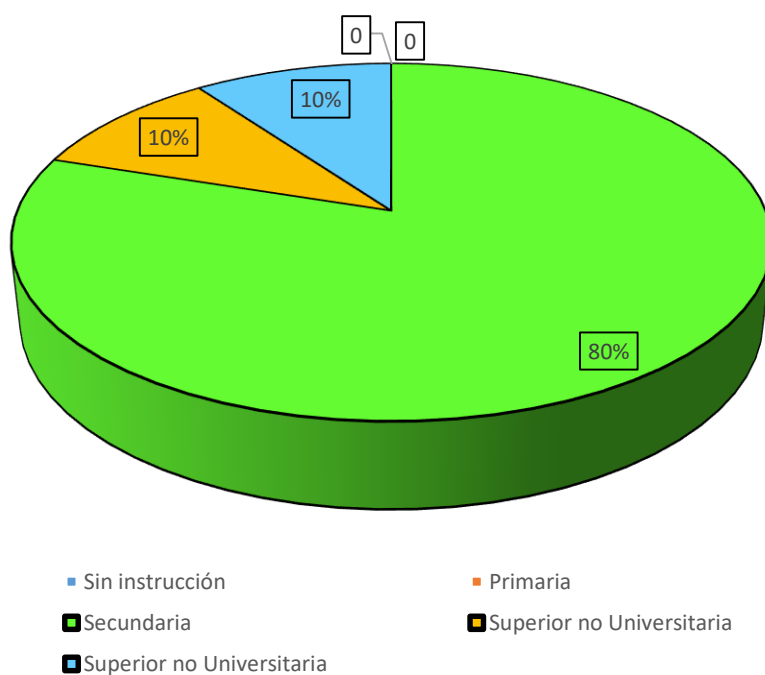


Figura 3: Distribución según grado de instrucción

Interpretación: Del total de representantes se obtuvo que el 80% manifiesta tener un grado de instrucción nivel secundaria, el 10% afirma tener un grado superior no universitario al igual el 10% afirma que tienen un grado de superior Universitaria.

Tabla 4: Distribución según cargo que desempeña.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
Dueño	2	20	20
Administrador	8	80	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

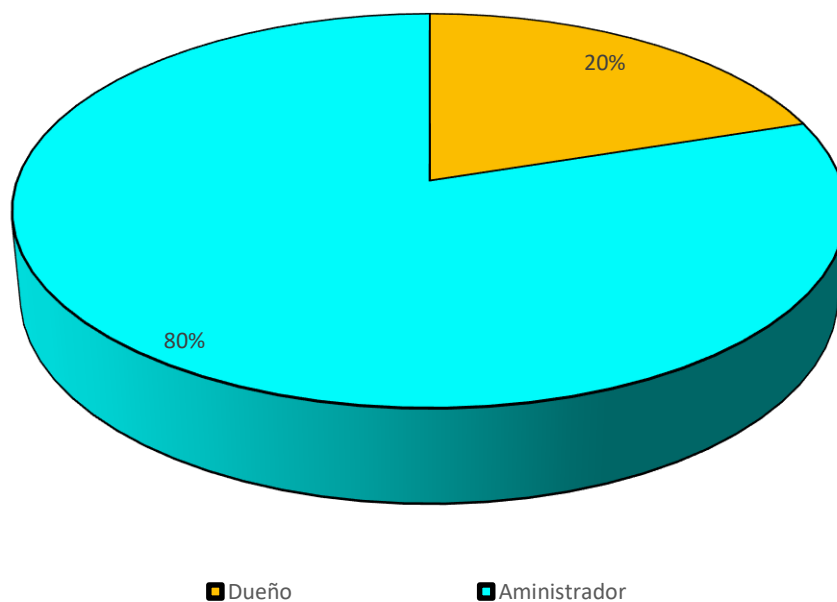


Figura 4: Distribución según cargo que desempeñan.

Interpretación: Del total de representantes se obtuvo que el 80% manifiesta que son trabajadores y el 20% son dueños del restaurante.

Tabla 5: Distribución según tiempo que desempeñan.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
0 a 3 años	5	50	50
4 a 6 años	3	30	80
7 a más años	2	20	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

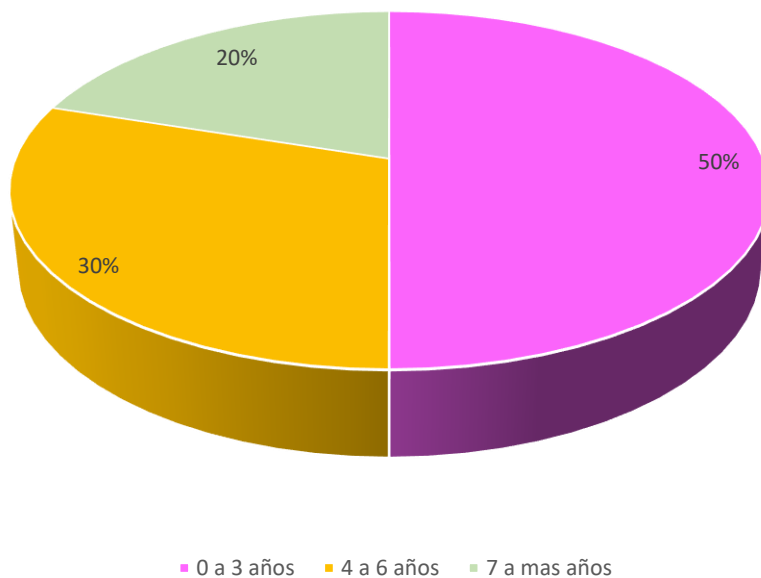


Figura 5: Distribución según tiempo que desempeñan.

Interpretación: Del total de representantes se obtuvo que el 50% desempeñan de 0 a 3 años, un 30% laboran de 4 a 6 años y un 20% trabajan de 7 años a más.

1.2. Referente a las características de las micro y pequeña empresas

Tabla 6: Distribución según tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
0 a 3 años	7	70	70
4 a 6 años	2	20	90
7 a más años	1	10	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

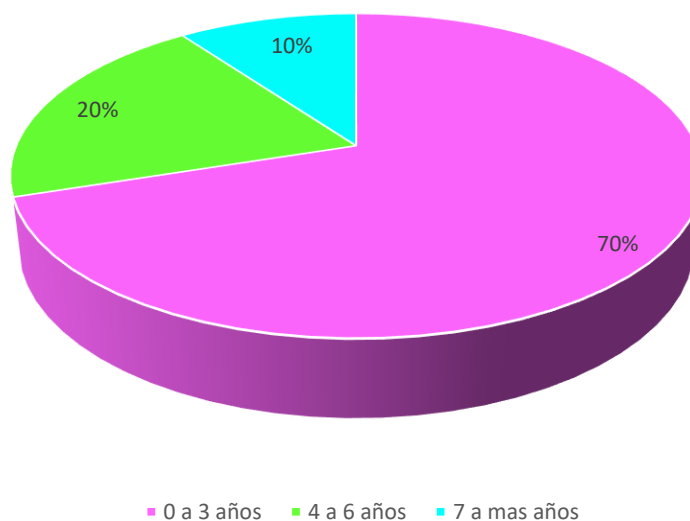


Figura 6: Distribución según tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

Interpretación: Del total de representantes se obtuvo que el 70% manifiesta tener de 0 a 3 años de permanencia en su rubro, el 20% afirma tener de 4 a 6 años de permanencia en su rubro y el 10% de los representantes tienen de permanencia de 7 años a más.

Tabla 7: Distribución según número de trabajadores

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
1 a 5 trabajadores	10	100	100
6 a 10 trabajadores	0	100	100
11 a mas trabajadores	0	100	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

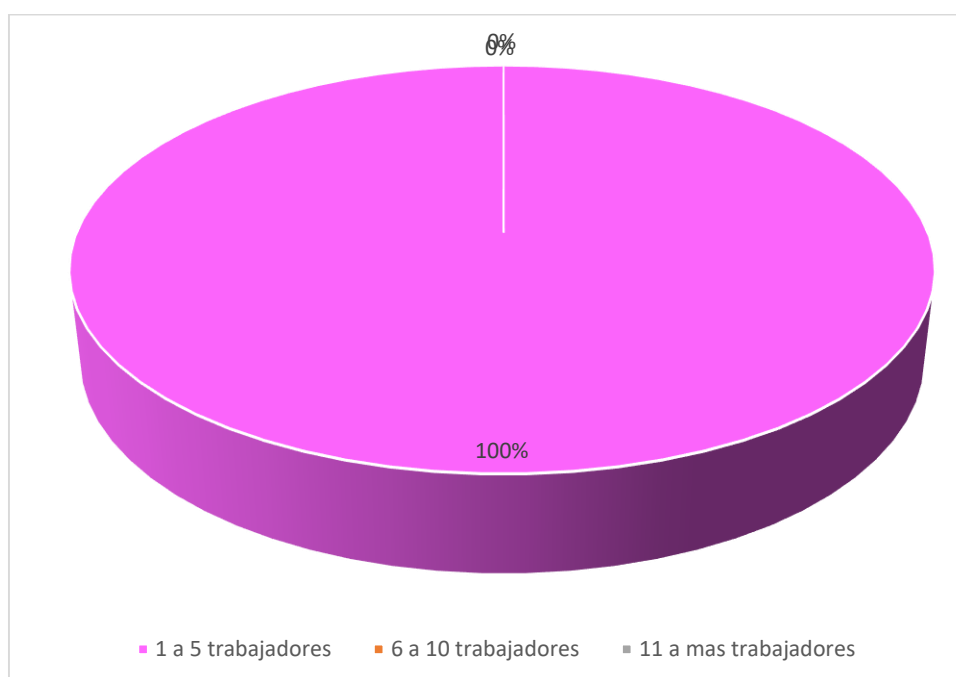


Figura 7: Distribución según número de trabajadores.

Interpretación: Del total de representantes encuestados se obtuvo que el 100% manifiesta tener de 1 a 5 trabajadores.

Tabla 8: Distribución según las personas que trabajan en su empresa son:

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
Familiares	2	20	20
Personas no familiares	1	10	30
Familiares y personas no familiares	7	70	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

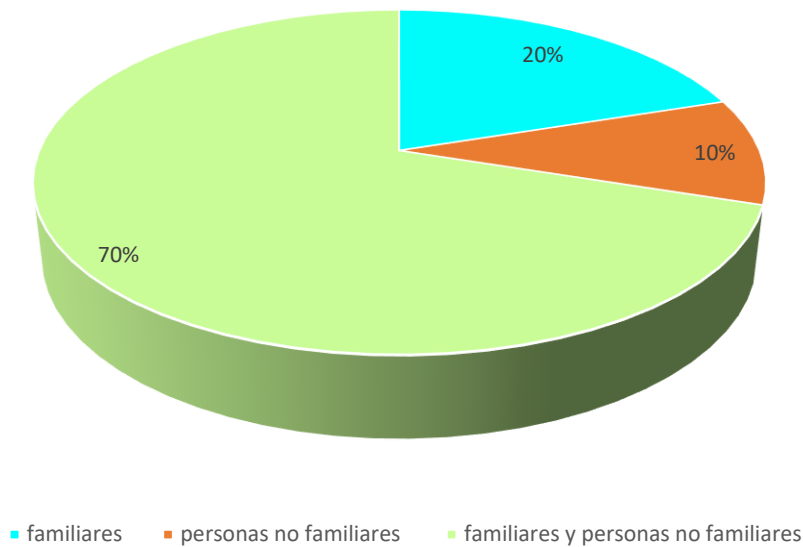


Figura 8: Distribución según las personas que trabajan en su empresa.

Interpretación: Del total de representantes encuestados se obtuvo que el 70% manifiesta tener familiares y personas no familiares, el 20% manifiesta que trabajan familiares y el 10% personas no familiares.

Tabla 9: Distribución según objetivo de creación.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
Generar ganancia	10	100	100
Subsistencia	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

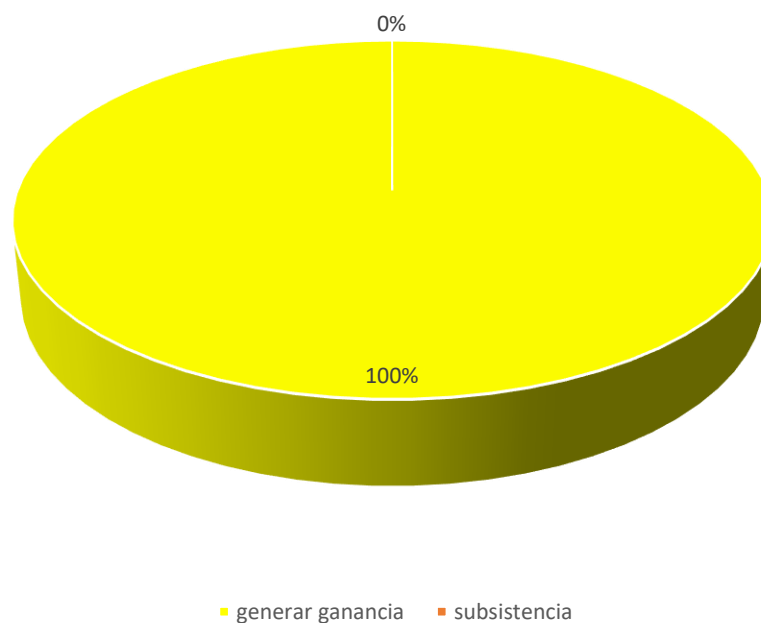


Figura 9: Distribución según objetivo de creación.

Interpretación: Del total de representantes encuestados se obtuvo que el 100% manifiesta que fue creada para generar ganancia.

Tabla 10: Distribución según tipo de constitución de la empresa.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
Persona natural	9	90	90
E.I.R.L.	0	0	90
S.R.L.	1	10	100
S.A.C.	0	0	100
S.A.	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

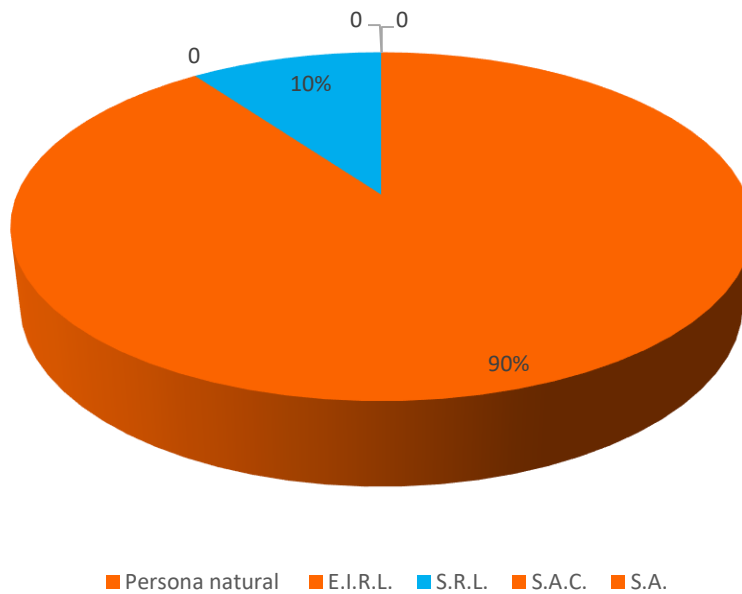


Figura 10: Distribución según tipo de constitución de las empresas.

Interpretación: Del total de representantes encuestados se obtuvo que el 90% manifiesta que son personas naturales, el 10% son S.A.C.

V1: GESTION DE CALIDAD

DI: PLANIFICAR

Tabla 11: Planifica las metas que quiere conseguir en el último año.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	1	10	10
MUY POCAS VECES	2	20	30
ALGUNAS VECES	3	30	60
CASI SIEMPRE	4	40	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2019.

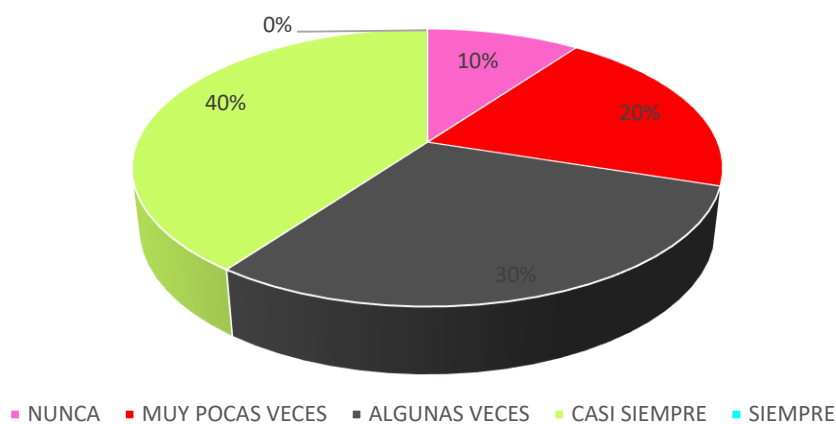


Figura 11: Planifica las metas que quiere conseguir en el último año.

Interpretación: Del total de representantes encuestados se obtuvo que el 40% mencionan que casi siempre planifican sus metas que quieren conseguir en el último año, el 30% menciona que algunas veces planifican sus metas que quieren conseguir en el último año, el 20% menciona que muy pocas veces planifica sus metas que quiere conseguir en el último año.

Tabla 12: Trabaja mediante la planificación las políticas de trabajo en la empresa.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	3	30	30
MUY POCAS VECES	4	40	70
ALGUNAS VECES	2	20	90
CASI SIEMPRE	1	10	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

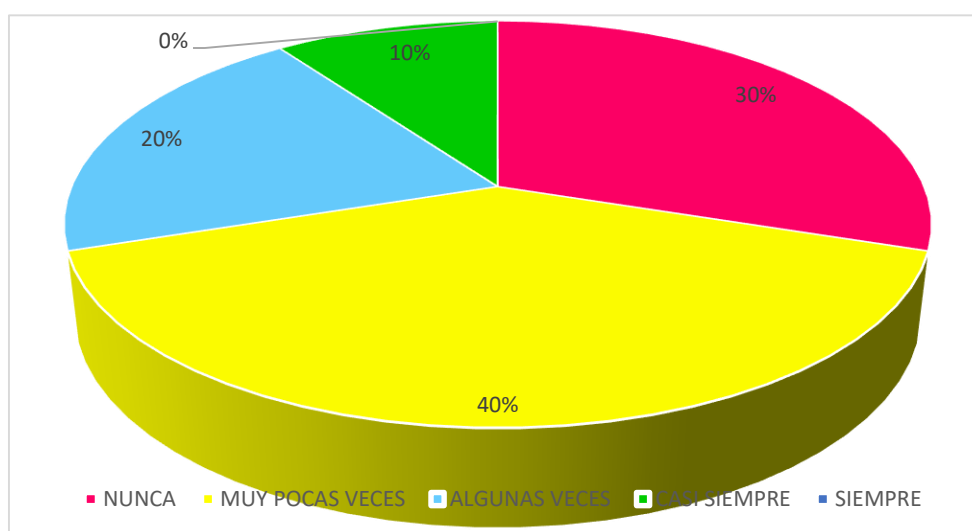


Figura 12: Trabaja mediante la planificación las políticas de trabajo en la empresa.

Interpretación: Del total de representantes encuestados se obtuvo que el 40% mencionan que muy pocas veces trabajan mediante la planificación, el 30% menciona que nunca trabajan mediante la planificación, el 20% menciona que algunas veces trabajan mediante la planificación y el 10% mencionan que casi siempre trabaja mediante la planificación.

D2: DESARROLLAR.

Tabla 13: Los procesos de actividades en el restaurante son claros y precisos bajo documentos normativos.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	2	20	20
ALGUNAS VECES	8	80	100
CASI SIEMPRE	0	0	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

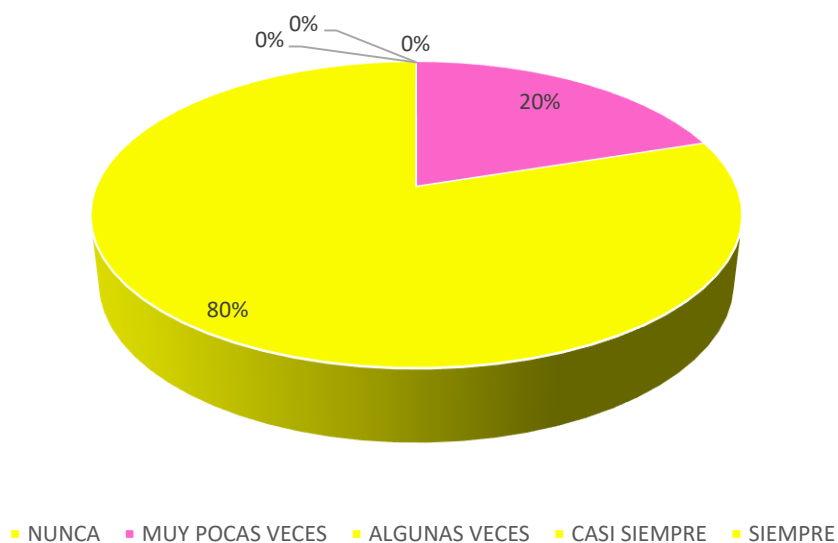


Figura 13: Los procesos de actividades en el restaurante son claros y precisos bajo documentos normativos.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 80% afirman que algunas veces los procesos de actividades en el restaurante son claros y precisos, sin embargo, el 20% mencionan muy pocas veces las actividades son claras y precisos.

Tabla 14: Organiza los cubiertos, insumos y materiales para que trabaje de manera eficiente.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	0	0	0
CASI SIEMPRE	7	70	70
SIEMPRE	3	30	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

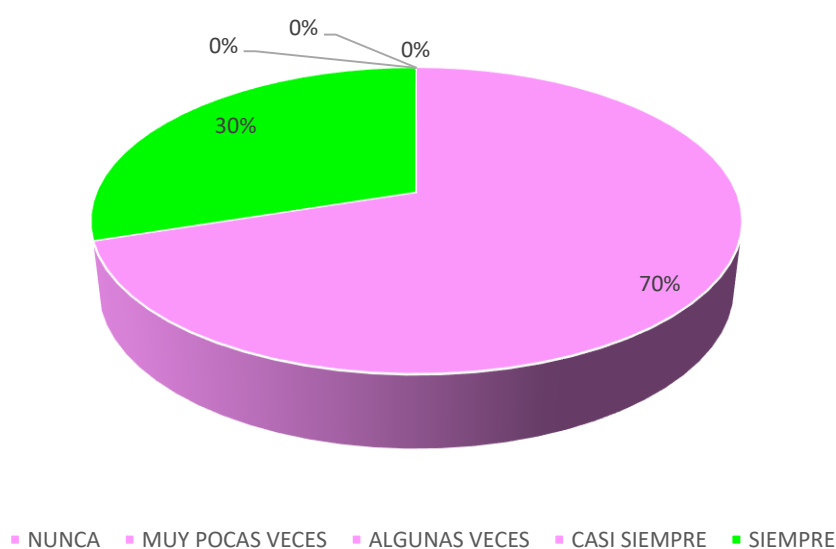


Figura 14: Organiza los cubiertos, insumos y materiales para que trabaje de manera eficiente.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 70% afirman que casi siempre organizan los cubiertos, insumos y materiales para que trabajen de manera eficiente, sin embargo, el 30% mencionan que siempre organizan los cubiertos, insumos y materiales para que trabajen de manera eficiente.

D3: COMPROBAR

Tabla 15: Realiza seguimientos a los procesos que se realiza en el restaurante.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	1	10	10
CASI SIEMPRE	9	90	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

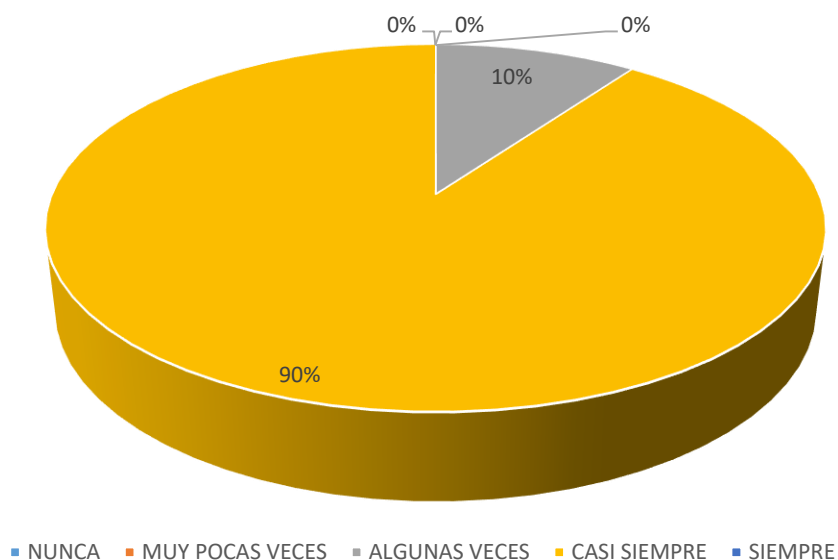


Figura 15: Realiza seguimientos a los procesos que se realiza en el restaurante.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 90% afirman que realiza seguimientos a los procesos que se realiza en el restaurante, sin embargo, el 10% menciona que algunas veces realiza seguimientos a los procesos que se realiza en el restaurante.

Tabla 16: Evalúa los resultados que obtienen para seguir mejorando.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	5	50	50
CASI SIEMPRE	5	50	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

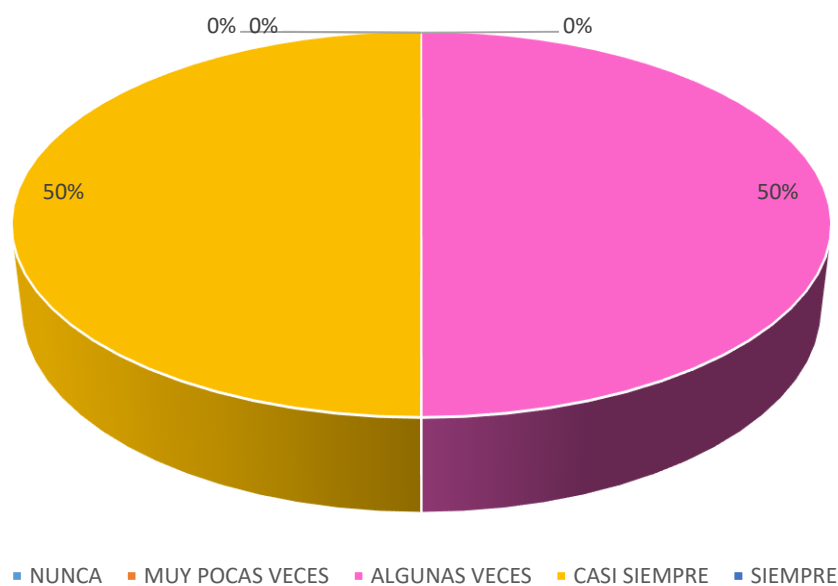


Figura 16: Evalúa los resultados que obtienen para seguir mejorando.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 50% menciona que algunas veces evalúa los resultados que obtienen para seguir mejorando y el otro 50% indico que casi siempre evalúa los resultados que obtienen para seguir mejorando.

D4: ACTUAR

Tabla 17: Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	0	0	0
CASI SIEMPRE	1	10	10
SIEMPRE	9	90	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

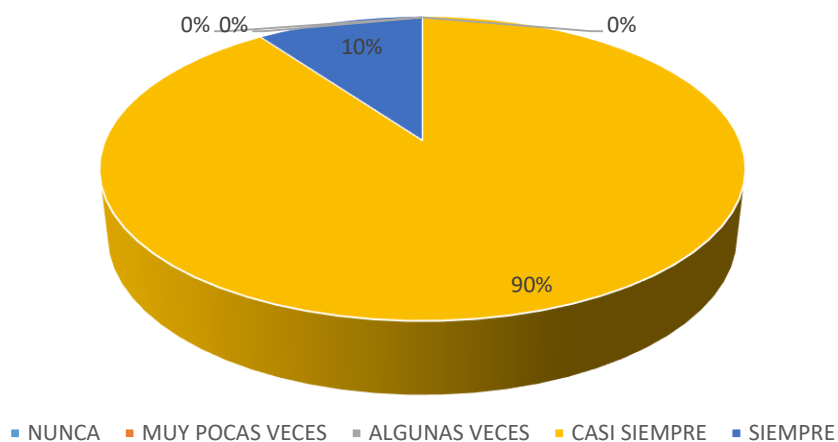


Figura 17: Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 90% menciona que siempre Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad y el otro 10% indico que casi siempre Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad.

Tabla 18: Controla los procesos de atención al cliente durante la ejecución.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	0	0	0
CASI SIEMPRE	3	30	30
SIEMPRE	7	70	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

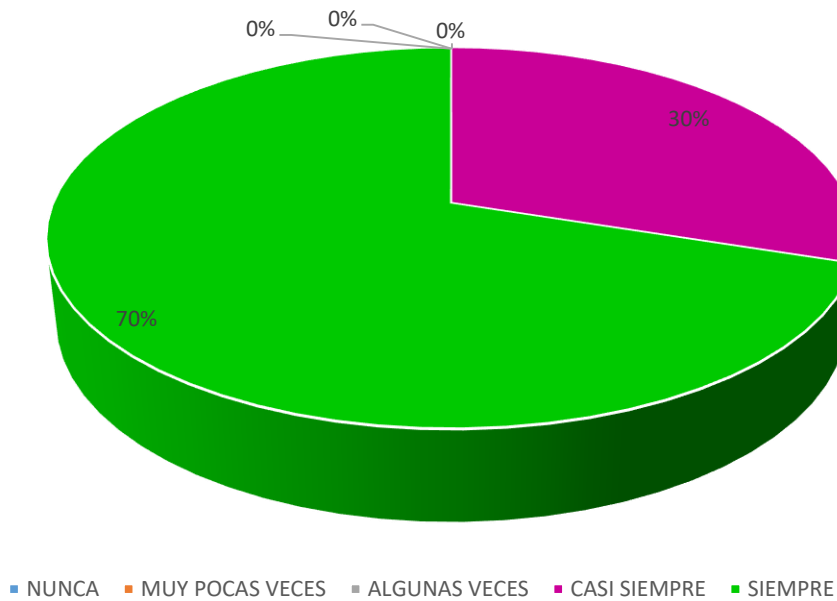


Figura 18: Controla los procesos de atención al cliente durante la ejecución.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 70% menciona que siempre controla los procesos de atención al cliente durante la ejecución, el 30% casi siempre controla los procesos de atención al cliente durante la ejecución.

V2: ATENCION AL CLIENTE
D1: EXPECTATIVAS DEL CLIENTE

Tabla 19: Están conformes con el producto que ofrece.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	0	0	0
CASI SIEMPRE	8	80	80
SIEMPRE	2	20	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

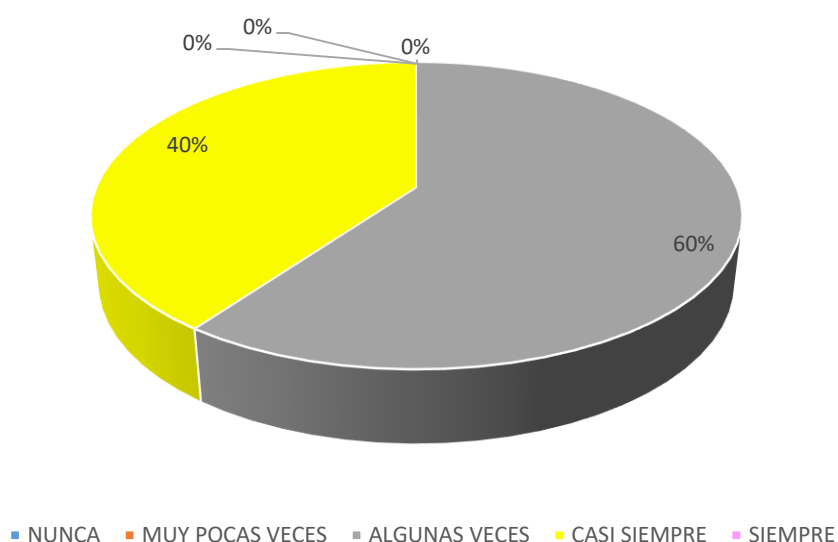


Figura 19: Están conformes con el producto que ofrece.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 80% menciona que casi siempre están conformes con el producto y el 20% siempre están conformes con el producto que ofrecen.

Tabla 20: El servicio brindado es el adecuado

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	0	0	0
CASI SIEMPRE	0	0	0
SIEMPRE	10	100	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

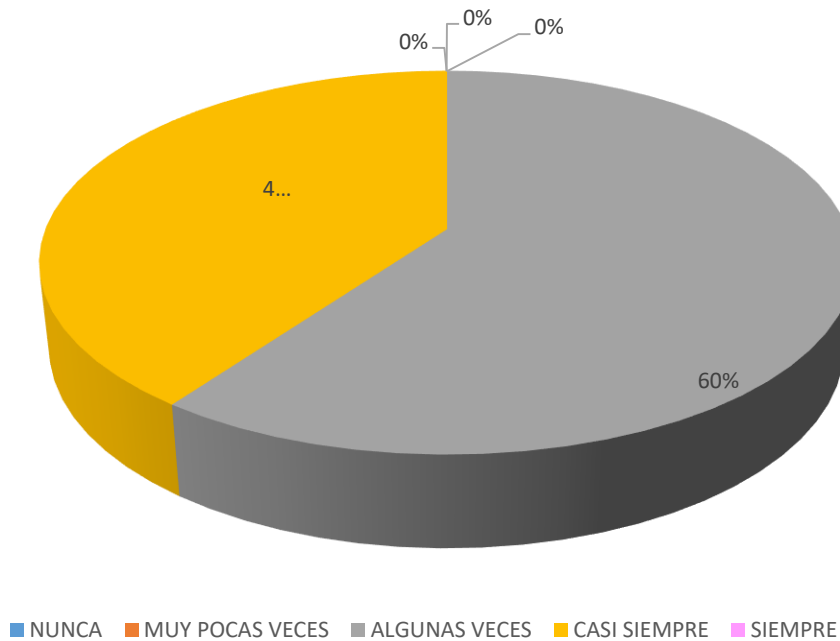


Figura 20: El servicio brindado es el adecuado

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 100% mencionan que siempre dicen que es servicio brindado es el adecuado.

D2: CALIDAD PERCIBIDA

Tabla 21: La atención brindada es personalizada

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	0	0	0
CASI SIEMPRE	9	90	90
SIEMPRE	1	10	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

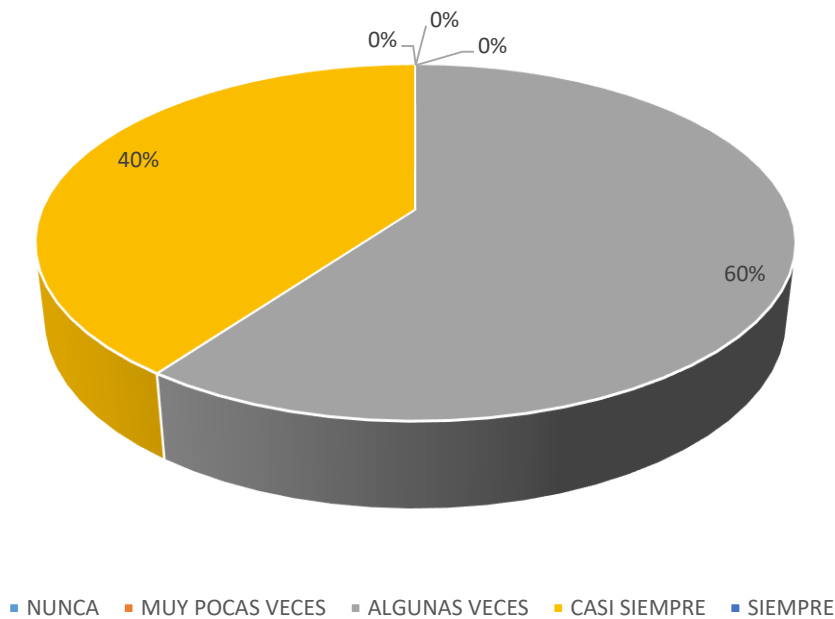


Figura 21: La atención brindada es personalizada

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 90% mencionan que casi siempre tiene la atención brindada y un 10% mencionan que siempre toda la atención brindada es personalizada.

Tabla 22: Los colaboradores son fiables al momento de brindar el servicio.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	6	60	60
CASI SIEMPRE	4	40	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

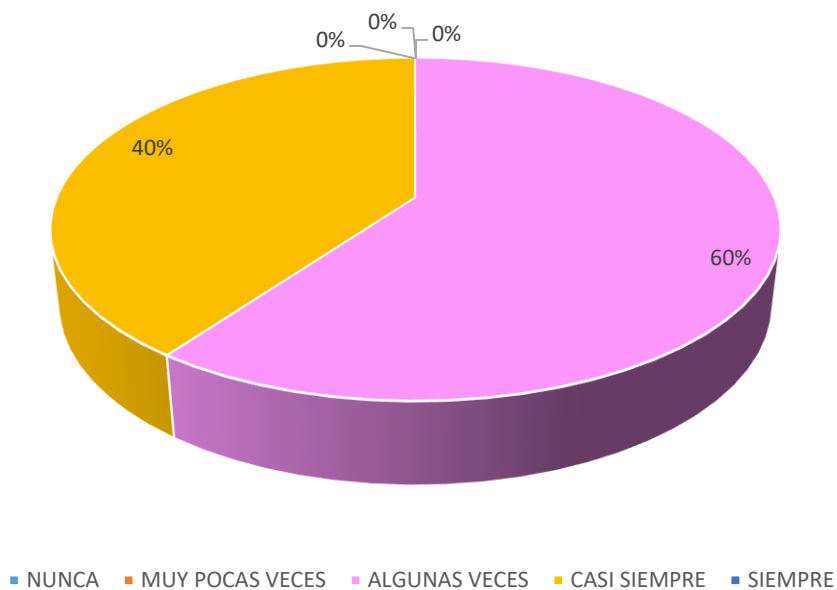


Figura 22: Los colaboradores son fiables al momento de brindar el servicio.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 60% mencionan que algunas veces los colaboradores son fiables al momento de brindar el servicio, el 40% casi siempre los colaboradores son fiables al momento de brindar el servicio.

D3: QUEJAS DEL CLIENTE

Tabla 23: Los colaboradores escuchan con atención los pedidos.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	8	80	80
CASI SIEMPRE	2	20	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

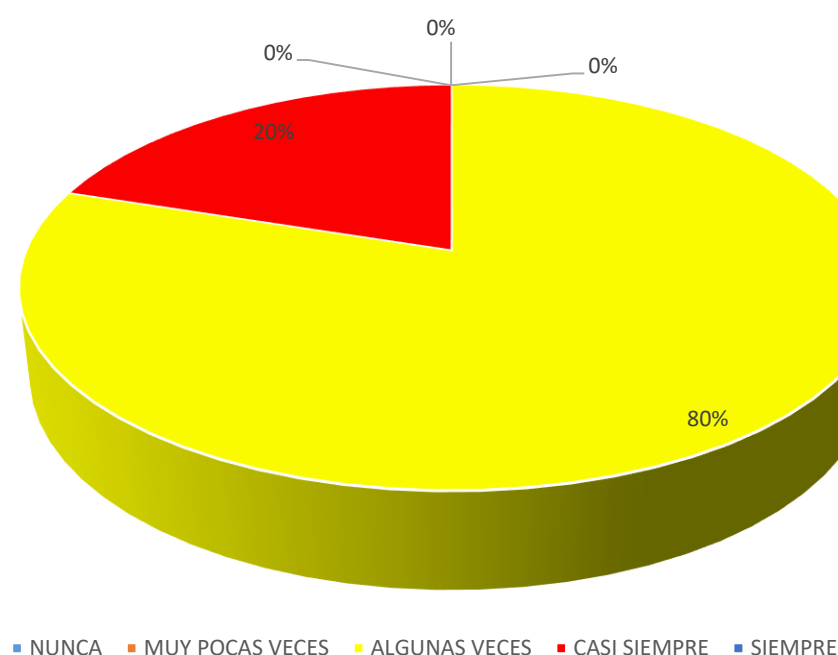


Figura 23: Los colaboradores escuchan con atención los pedidos.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 80% mencionan que algunas veces los colaboradores escuchan con atención los pedidos y un 20% mencionan que casi siempre los colaboradores escuchan con atención los pedidos.

Tabla 24: Al momento de presentar una queja se brinda una solución inmediata.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	9	90	90
ALGUNAS VECES	1	10	100
CASI SIEMPRE	0	0	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

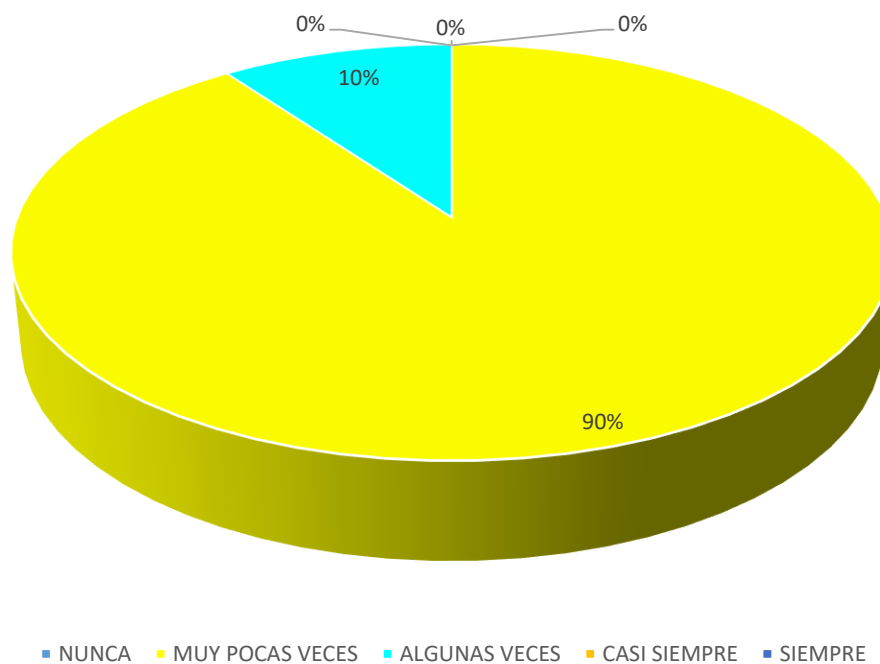


Figura 24: Al momento de presentar una queja se brinda una solución inmediata.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 90% comentan que muy pocas veces tienen una solución inmediata y el 10% comentan que algunas veces tienen la solución inmediata.

D4: FIDELIDAD DE CLIENTE.

Tabla 25: La atención que se les brinda es satisfactoria

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	3	30	30
CASI SIEMPRE	7	70	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

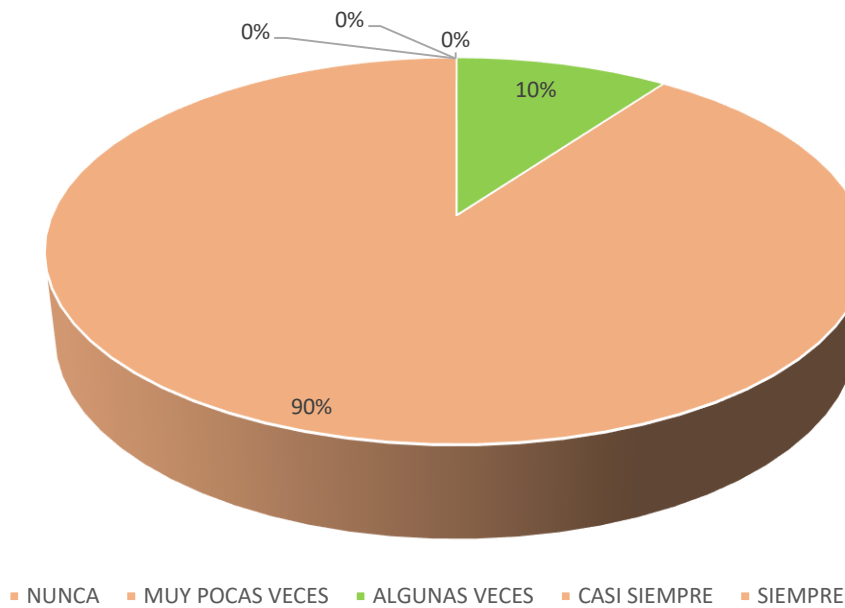


Figura 25: La atención que se les brinda es satisfactoria

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 70% comentan que casi siempre la atención que les brinda es satisfactoria y el 30% comentaron que algunas veces la atención que se les brinda es satisfactoria.

Tabla 26: El retorno al restaurante es por el buen servicio.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa Porcentual	Frecuencia Relativa Porcentual Acumulado
NUNCA	0	0	0
MUY POCAS VECES	0	0	0
ALGUNAS VECES	1	10	10
CASI SIEMPRE	9	90	100
SIEMPRE	0	0	100
Total	10	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a los gerentes de las Micro y Pequeñas Empresas-rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del Distrito, Provincia de Huaral Región Lima, 2018.

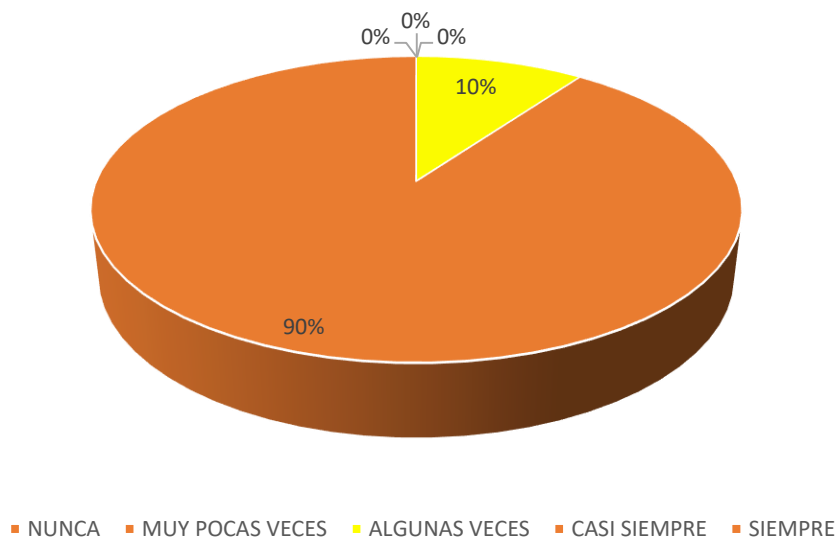


Figura 26: El retorno al restaurante es por el buen servicio.

Interpretación: Del total de representantes encuestados el 90% comentan que casi siempre el retorno al restaurante es por el buen servicio y el 10% comentaron que algunas veces el retorno al restaurante es por el buen servicio.

1.2. Análisis de resultados

Con relación a los datos generales de los gerentes encuestados

Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen la edad entre 18 a 30 años que es un 70% (tabla 1) de la muestra de encuestados, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Villalba (2016) quien manifiesta que el 60% de los representantes tienen de 18 a 25 años de edad. Pero contrastan con los resultados encontrados por Villalba (2016) quien menciona que el 30% de los representantes tienen entre 31-35 años; Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018, están dirigidas por hombres jóvenes y bien preparados para afrontar las problemáticas vigentes.

Referente al género de los representantes: El 70% son masculinos y un 30% es femenino de los representantes de las micro y pequeñas empresas (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por López (2018) quien manifiesta que el 91.7% de los representantes son de sexo femenino. Por contraste con los resultados encontrados por López (2018) quien determina que el 91.7% de los representantes son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018, están dirigidas por hombres capacitados en el rubro restaurantes.

Correspondiente al grado de instrucción de los representantes: El 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el grado de instrucción secundaria (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por López (2018) quien manifiesta que el 56% de los representantes tienen un grado de instrucción secundaria. Pero contrastan con los resultados encontrados por López (2018) quien menciona que el 35% de los representantes tienen un grado de instrucción superior; Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018, están dirigidas por hombres bien preparados para afrontar las problemáticas vigentes con el grado de instrucción secundaria.

Referente al cargo que desempeñan los representantes: El 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son administradores (Tabla 4), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Villalba (2016) quien manifiesta que el 100% de los representantes son administradores. Pero contrastan con los resultados encontrados por Villalbe (2016) quien menciona también que el 100% de los representantes encuestados son dueños. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018, están dirigidas por hombres bien preparados para afrontar las problemáticas vigentes del restaurantes.

Correspondiente al tiempo que desempeñan los representantes: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años trabajando (Tabla 5), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Villalba (2016) quien manifiesta que el 75% de los representantes tienen de 7 años a más. Pero contrastan con los resultados encontrados por Villalba (2016) quien menciona que el 16.67% de los representantes tienen de 0 a 5 años el tiempo que desempeñan. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018, están dirigidas por hombres jóvenes y bien preparados para afrontar las problemáticas vigentes.

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas

Con respecto al tiempo de permanencia en las micro y pequeñas empresas: El 70% de las micro y pequeñas empresas permanecen de 0 a 3 años (Tabla 6), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Villalba (2016) quien manifiesta que el 59% de las micro y pequeñas empresas tienen el tiempo de permanencia de 0 a 3 años. Esto demuestra que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Con respecto al número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas: El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores

(Tabla 7), estos resultados que obtuvimos coinciden con los resultados encontrados por López (2018), quien manifiesta que el 57.1% de las micro y pequeñas empresas tienen trabajadores no familiares y cuentan con una capacidad entre 1 a 4 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Respecto a la gestión de calidad

Con respecto a planifica las metas que quiere conseguir en el último año: el 40% de los representantes manifiestan que casi siempre planifica las metas que quiere conseguir en el último año (tabla 11), estos resultados realizados coinciden con los resultados encontrados por Carlos (2019) quien manifiesta que el 78% de todo los representantes encuestados planifica las metas que quieren conseguir en el último año con la finalidad de mejorar las actividades de la empresa, esto nos demuestra que el 50% de toda las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Por lo cual casi siempre planifica las metas que quiere conseguir en el último año, lo cual ocasiona para que no sean competitivos en el rubro.

Con respecto a los procesos de actividades en el restaurante son claros y precisos bajo documentos normativos: el 80% de los representantes casi siempre califica la publicidad en la empresa (tabla 13), estos resultados

coinciden con los resultados encontrados por Carlos (2019) quien manifiesta que un 80% es buena, esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. si califican los procesos de actividades en el restaurante son claros y precisos bajo documentos normativos.

Con respecto a atención al cliente

Con respecto que si están conformes con el producto que ofrece: el 80% de los representantes casi siempre están conforme con el producto que ofrecen (figura 19), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Carlos (2019) quien manifiesta que un 82% casi siempre están conforme con los productos que ofrecen, esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. si están conformes con el producto que ofrece.

Con respecto a la atención brindada es personalizada: el 90% de los representantes casi siempre están conformes que la atención brindada es personalizada (figura 20) , estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Carlos (2019) quien manifiesta que el 100% casi siempre están conformes que la atención brindada es personalizada, esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. si están conformes que la atención brindada es personalizada.

V. Conclusiones

En relación a los representantes

La mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, son de género femenino, manifiestan tener un grado de instrucción nivel secundaria, del mismo modo son los trabajadores y se desempeñan entre 0 a 3 años en el cargo.

Con respecto a las MYPES

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 3 años de permanencia en su rubro, del mismo modo el personal que labora son personas familiares y no familiares, así mismo se constituyeron como personas naturales.

La totalidad expresan contar con 1 a 5 trabajadores, fueron creadas para generar ganancias.

Referente a la gestión de calidad

El tema de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes del centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, muy pocas veces: trabaja mediante la planificación las políticas de trabajo en la empresa, al momento de presentar una queja se brinda una solución inmediata. Algunas veces: Los procesos de actividades en el restaurante son claros y precisos bajo documentos normativos, evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando, los colaboradores son fiables al momento de brindar el servicio, los colaboradores escuchan con atención los pedidos. Casi siempre: Planifica las metas que quiere conseguir en último año, organiza los cubiertos, insumos y materiales para trabajo de

manera eficiente, realiza seguimientos a los procesos que se realiza en el restaurante, evalúa los resultados que obtienen para seguir mejorando.

Con respecto al atención al cliente

Casi siempre están conforme con el producto que ofrecen, la atención brindada es personalizada, la atención que se les brinda es satisfactoria, el retorno al restaurante es por el buen servicio. Siempre: considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad, controla los procesos de atención al cliente durante la ejecución, el servicio brindado es el adecuado.

VI. Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones que pudimos determinar en nuestra investigación deducimos las siguientes recomendaciones:

- ❖ Buscar alternativas de crecimiento para poder competir con las grandes cadenas de restaurantes nacionales que tienen gran renombre en nuestro medio.
- ❖ Las pequeños y medianos restaurantes deben motivar a los consumidores a que consumen sus productos ya que con ello podrán subsistir en el mercado.
- ❖ Evaluar adecuadamente las fuentes de financiamiento que utilizan los restaurantes para desarrollar las actividades comerciales ya que de esto depende en mucho la utilidad que generen.

- ❖ Incrementar la capacidad financiera buscando fuentes de financiamiento que no tengan una gran cantidad de costos financieros ya que esto dificulta la operatividad eficiente de los restaurantes.

Referencias Bibliográficas

- Aguilar Velazco, Y. A., & Gordillo Huerta, A. L. (agosto de 2019). Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626424/Aguilar_VY.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Andrade Brito, B., & Escalante Alfonzo, M. (octubre de 2015). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11343/1/AN%20C3%81LISIS%20DEL%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE%20PARA%20MEJORAR%20EL%20PROCESO%20DE%20COMERCIALIZACION%20DE%20LA%20EMPRESA%20BULTRI.pdf>
- Arhuis Aponte, F., & Campos Veliz, A. Y. (2016). Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1269/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ccaccya Taípe, J. I. (2018). Obtenido de http://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/UPLA/714/T037_47470759_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Condeso Oscategui, J. E., & Esteban Cardenas, O. F. (2018). Obtenido de <http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/415/1/TESIS%20%20OSTERLI%20Y%20JHONATAN%20correguido.pdf>
- Ligarreto, S. C. (2015). Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14060/Sonia%20Cort%20C3%A9s%20Ligarreto.pdf;jsessionid=1ED7B9FAD3C346859410057254DD8640?sequence=2>

Moreno, N. E. (2017). Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf>

Arroyo, P. (2016). En su tesis: “*Diseño de un modelo de Gestión de la Calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la Atención al Cliente del Restaurante Marako’s Grill S.A.C. – Chiclayo*”. Recuperado de, <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3351?mode=full>.

Arturo, (2015). *Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia*. Recuperado de, <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>

Baca (2014). En su tesis titulada: “*Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*”. Recuperado de, <repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5548/browse?rpp=20...>

Bonilla, E. & Rodríguez, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos*. Colombia: Editorial Nomos S.A. Recuperado de, http://www.robertexto.com/archivo11/invest_cualit_cuantit.htm

Chupayo, K. (2018). En su tesis titulada: “*Impacto de la Calidad del Servicio en la Satisfacción en la Micro y Pequeña Empresa del Rubro Restaurante de Comida Criolla en Ñaña, Distrito de Lurigancho Chosica*”. Recuperado de, <http://repositorio.esan.edu.pe/handle/ESAN/1347>.

Goicochea (2015). En su tesis titulada: “*La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico*

- del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de lima, departamento de lima, período 2015*". Recuperado de, <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083>
- Hernández, M. (2012). *Tipos y Niveles de Investigación*. Publicado el 12 de diciembre 2012. Recuperado de, <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2012/12/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>
- Joseph M. Juran. (2014). *La calidad*. Publicado el 06 de noviembre. Recuperado de, <http://dorganizacionaluni.blogspot.com/2017/04/total-quality-management-la-calidad.html>
- Julián Pérez Porto y Ana Gardey, (2009). *Definición de pyme*. Recuperado de, <https://definicion.de/pyme/>
- Jurado, G. (2014). En su investigación: "*Calidad de la Gestión en el servicio y atención al cliente para el mejoramiento de las operaciones internas en restaurantes de lujo en el centro histórico de la ciudad de Quito (Ecuador)*". Recuperado de, <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8010/TESIS%20POSTGRADO%20GISSELA%20JURADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López, D. (2018). En su trabajo de investigación: "*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*" (Ecuador). Recuperado de, <https://docplayer.es/91632405-Universidad-catolica-de-santiago-de-guayaquil-sistema-de-posgrado-maestria-en-administracion-de-empresas.html>.

- Mavares, J (2017). *Gestion de la Calidad según Deming y Juran*. Recuperado de, https://www.academia.edu/17438060/Gestion_de_la_Calidad_segun_Demin_y_Juran
- Murillo, W. (2008). *La investigación científica*. Recuperado de, <http://www.monografias.com/trabajos15/invest-científica/investcientífica.shtm>
- Riquelme, M. (2017). *Alcances de la Gestion de la Calidad*. Recuperado de, <https://www.webyempresas.com/que-es-la-gestion-de-calidad/>
- Rodríguez, (2000). *Administración de pequeñas y medianas empresas*, quinta edición, Ed. Thomson, México. Recuperado de, http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1216/concepto_empresa.html
- Sánchez, M. (2014). En su tesis titulada: “*Capacitación en habilidades de Atención al Cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurant Mar Picante” de la Ciudad de Trujillo*”. Recuperado de, <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/351?mode=full>.
- Villalba, S. (2016). En su tesis: “*Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora-Quito*” (Ecuador). Recuperado de, <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%20C3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11755/GESTION_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_ESPINOZA_RAMIREZ_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y 1111

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/12067/GESTION_CALIDAD_FINANCIAMIENTO_PARIASCA_ZARATE_JENNY_MARLENE%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y 22222222

ANEXOS

Anexo 1. Propuesta de mejora

Objetivo:

Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en el centro poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral, departamento de Lima, 2018.

Objetivos específicos:

- Lograr que se comprometa todo el personal en el logro del objetivo y desarrollar juntamente el plan de mejora.
- Mejorar la atención en el servicio al cliente, donde se logre satisfacer a los clientes fidelizar y así mismo.
- Incrementar las ventas.
- Incentivar al personal para mejorar el trato que se le brinda a cada cliente del restaurante.

Identificación de las áreas de mejora

Se realizó el diagnóstico de la investigación cuantitativa y cualitativa es decir las encuestas y entrevistas realizadas a los colaboradores de la empresa, con la finalidad de identificar el problema existente, es así que se determinó que la empresa brinda una calidad atención favorable, lo cual, se necesita implementar herramientas de mejora que permitan ofrecer un excelente servicio de atención y así mismo lograr fidelizar al cliente

Principales Causas del problema

La principal causa del problema es la falta de capacitación al personal de atención al cliente, por ende, falta de un plan estratégico, manual de organización y funciones (MOF); por lo tanto, las funciones no están establecidas correctamente, razón por la cual los clientes no perciben un servicio de calidad. Así mismo, se determinó el principal problema relacionado con la empatía, lo cual implica ir más allá del trato directo con el cliente, en comprender sus necesidades y brindarle atención personalizada, es importante contar con un personal que desarrolle vínculos estables

con el cliente; También se identificó que la empresa cuenta con un nivel moderando con respecto a la tangibilidad, presentando deficiencias con la infraestructura para dar un buen servicio.

Acciones de mejora

El plan de actividades está dirigido a mejorar la calidad de servicio, dando solución a los problemas encontrados en el restaurante, se detalla a continuación

Área de mejora 1:

Atención al cliente:


- **Descripción del problema:** El personal de atención no muestra interés, conocimiento del producto, lo cual falta generar una capacidad de respuesta regular con el cliente
- **Causa del problema:** Falta de capacitación al personal
- **Objetivo:** Los trabajadores serán capaces de manejar habilidades orientadas a desarrollar una mejor adaptación personal, profesional, brindar una excelente atención a los clientes y tener una mejor actitud empática.
- **Acción de mejora:** proponer talleres de capacitación

Área de mejora 2:

Mantenimiento

- **Descripción del problema:** Deficiencias con las instalaciones ya sea salón donde se ofrecen los productos o servicios higiénicos
- **Causa:** Falta de mantenimiento y organización
- **Objetivo:** Asignar un responsable de mantenimiento que permita hacer un seguimiento continuo del control de limpieza, además mantener el buen estado del mobiliario; generando una percepción de un ambiente limpio y agradable para los clientes
- **Acción de mejora:** Implementación de formatos de limpieza y mantenimiento

Anexo 2: Consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Es dirigido por Tucto palomino Rossbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rossbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.


Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Alvaro Pesta Buzman Lopez

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rossbeith.28@gmail.com

Firma del participante: _____ 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____ 

CIE| VERSION 001 Aprobado 24-07-2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Es dirigido por Tucto palomino Rossbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rossbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Luis Rodríguez Alvarado

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rossbeith.28@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio - Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Es dirigido por Tucto palomino Rossbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rossbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Roger Guzman Cervantes

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rossbeith.28@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Es dirigido por Tucto palomino Rossbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rossbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Pedro Eulogio Carhuarcho C02

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rossbeith.28@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Es dirigido por Tucto palomino Rossbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rossbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Victor Lopez Carlos

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rossbeith.28@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: *Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.* Es dirigida por Tucto palomino Rosbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: *Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.*

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rosbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Roberto 936 404 320

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rosbeith.28@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio - Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Es dirigido por Tucto palomino Rossbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rossbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Cecilia Comejo Ruiz

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rossbeith.28@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Es dirigido por Tucto palomino Rosbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rosbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Pedro Ruiz La Rosa

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rosbeith.28@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Es dirigido por Tucto palomino Rossbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.


Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rossbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

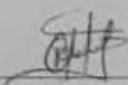
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Saib Rosita Leyva Valencia

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rossbeith.28@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018. Es dirigido por Tucto palomino Rossbeith, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Identificar factores relevantes en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio, rubro restaurantes, del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de informe realizado. Si desea, también podrá escribir al correo rossbeith.28@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Dante Linares CO2

Fecha: 19 setiembre 2019

Correo electrónico: rossbeith.28@gmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

Anexo 3. Cuestionario

CUESTIONARIO QUE SE APLICARA A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: *Propuesta de Mejora en Atención al Cliente como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurantes del Centro Poblado de Huando, del distrito, provincia de Huaral región Lima, 2018.*

Instrucciones: a continuación, le presentamos 26 preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

1. Edad

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

2. Género

- a. Femenino
- b. Masculino

3. Grado de Instrucción

- a. Sin instrucción
- b. Primaria
- c. Secundaria
- d. Superior no Universitaria
- e. Superior Universitaria

4 Cargo que desempeña

- a. Dueño
- b. Administrador

5. Tiempo que desempeña

- 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

1. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a. Familiares
- b. Personas no familiares

- c. Familiares y Personas no Familiares

9. Objetivo de creación

- a. Generar Ganancia
- b. Subsistencia

10. Tipo de constitución de la empresa

- a. Persona Natural
- b. Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- c. Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
- d. Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)
- e. Sociedad Anónima (S.A.)

NUNCA (1)	MUY POCAS VECES (2)	ALGUNAS VECES (3)	CASI SIEMPRE (4)	SIEMPRE (5)
--------------	---------------------------	-------------------------	------------------------	----------------

N°	Ítems					
V1: Gestión de Calidad						
D1: Planificar						
1	Planifica las metas que quiere conseguir en el último año	1	2	3	4	5
2	Trabaja mediante la planificación las políticas de trabajo en la empresa	1	2	3	4	5
D2: Desarrollar						
3	Los procesos de actividades en el restaurante son claros y precisos bajo documentos normativos	1	2	3	4	5
4	Organiza los cubiertos, insumos y materiales para que trabaje de manera eficiente	1	2	3	4	5
D3: Comprobar						
5	Realiza seguimiento a los procesos que se realiza en el restaurante	1	2	3	4	5
6	Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando	1	2	3	4	5
D4: Actuar						
7	Considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad	1	2	3	4	5
8	Controla los procesos de atención al cliente durante la ejecución	1	2	3	4	5
V2: Atención al Cliente						
D1: Expectativas del cliente						
9	Están conforme con el producto que ofrece	1	2	3	4	5
10	El servicio brindado es el adecuado	1	2	3	4	5
D2: Calidad Percibida						
11	La atención brindada es personalizada	1	2	3	4	5
12	Los colaboradores son fiables al momento de brindar el servicio	1	2	3	4	5
D3: Quejas del Cliente						
13	Los colaboradores escuchan con atención los pedidos	1	2	3	4	5
14	Al momento de presentar una queja se brinda una solución inmediata	1	2	3	4	5
D4: Fidelidad del Cliente						
15	La atención que se les brinda es satisfactoria	1	2	3	4	5
16	El retorno al restaurante es por el buen servicio	1	2	3	4	5

Lima, setiembre del 2020

Gracias por su atención

Anexo: 4 DIRECTORIO

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELEONO
1	LOS GIRASOLES DE HUANDO, HUARAL	JOSE SANTOS CHOCANO 2, HUARAL 15201	993306088
2	RESTAURANTE AZUL	LM-108, HUANDO 15200	926384578
3	CASA RODRIGUEZ	HUARAL 15201	948472313
4	RESTAURANTE CAMPESTRE GRAÑA Y PACHIA	HUARAL- HUANDO,LIMA	946367620
5	GUZMAN CERVANTES	UNNAMED ROAD, HUANDO	935766345
6	LA PERLA DE HUARAL	AV. PRINCIPAL HUANDO	943131461
7	RESTAURANT'S DANTE'S	HUANDO 15200	
8	RESTAURANTE CAMPESTRE LA HUERTA	HUANDO 15201	980690659
9	RESTAURANTE LA ROSITA	AV. PRINCIPAL HUANDO	925860029
10	RESTAURANTE, CHIFA	AV. PRINCIPAL HUANDO	9367501225