



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE EN LA
GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO
RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS,
DISTRITO DE HUARAZ, 2019.

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

AUTOR

Br. ROSAS RUPAY, DEISY MAYUMI
ORCID. 0000-0001-7400-4838

ASESOR

Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
ORCID. 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE – PERÚ
2019**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Br. Rosas Rupay, Deisy Mayumi

Código ORCID: 0000-0001-7400-4838

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

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Código ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Código ORCID: 0000-0002-5746-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Código ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Código ORCID: 0000-0002-5471-4549

HOJA DEL JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda
Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel
Miembro

Mgtr.Cerna Izaguirre, Julio César
Miembro

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por brindarme protección, bendición y sabiduría en todo momento para poder culminar con esta investigación. Así mismo agradezco a mis amigas y compañeras de la carrera profesional por haberme brindado su apoyo incondicional y algunas sugerencias.

En segundo lugar, agradezco a mis padres por haberme apoyado económicamente y psicológicamente porque ellos son mi motor y motivo para seguir adelante, gracias a cada uno de sus consejos, motivaciones supe seguir en este difícil camino hasta poder lograr esta meta.

Agradezco a mi asesor por haberme apoyado a realizar esta investigación, gracias a cada uno de sus enseñanzas, indicaciones y paciencia. Por último agradezco a la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote y a toda su plana de docentes por haberme formado un profesional ético y brindado una educación de calidad.

DEDICATORIA

A mi madre por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, por sus enseñanzas y por su constante exigencia, lo cual me permitió a seguir luchando por mis sueños a pesar que existieron muchos obstáculos.

A mi padre por haberme apoyado económicamente y moralmente para seguir con mis metas trazadas.
A mi hermana por comprenderme y soportarme en este tiempo y a todas las personas que estuvieron ayudándome en todo este tiempo.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 33 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados. El 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 60.61% son mujeres, el 42.42% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia, el 51.52% cuentan de 3 a 5 trabajadores. El 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, el 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. En conclusión la mayoría de los representantes desconoce la gestión de calidad en la atención al cliente, sin embargo reconocen que contribuye al rendimiento de sus negocios.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Micro y pequeñas empresas.

ABSTRACT

The research aimed to determine the main characteristics of customer service as a relevant factor of quality management in micro and small businesses in the service sector, restaurants and mobile food service, district of Huaraz, 2019. The research was design non experimental - transversal. For the collection of the information, a sample population of 33 micro and small businesses was used to which a questionnaire of 18 closed questions was applied, using the survey technique, obtaining the following results. 66.67% of the representatives are 31 to 50 years old, 60.61% are women, 42.42% have a secondary education degree, 78.79% are owners, 66.67% remain 7 years or more in office, 81.82% of micro and small companies have 7 years of more time in the market, 100% of micro and small businesses point out that their main objective is to generate profit, 51.52% have 3 to 5 workers. 42.42% indicate that they apply quality management in customer service, 93.94% indicate that the worker is always available to listen to the client, 45.46% indicate that the staff is trained to serve the client, 84.85% indicate that the staff is comprehensive and friendly with the client, 81.82% indicate that the client understands all the information provided by the staff, 51.52% indicate that there is no set time to attend to the client, 69.70% indicate that customer service It is essential for the return of the client, 75.76% indicate that they do not have a suggestion box, 60.61% indicate that the worker does not provide personalized attention and 63.64% indicate that the establishment, equipment and tools are attractive. In conclusion, most representatives do not know the quality management in customer service, however they recognize that it contributes to the performance of their business.

Keywords: Customer service, Quality management, Micro and small businesses.

CONTENIDO

Título de la tesis.....	i
Equipo de trabajo	ii
Hoja del jurado evaluador.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Contenido.....	viii
Índice de tablas	x
Índice de figuras.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases teóricas de la investigación	11
2.3. Marco conceptual	16
III. HIPÓTESIS.....	18
IV. METODOLOGÍA	19
4.1. Diseño de la investigación	19
4.2. Población y muestra	19
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	20
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
4.5. Plan de análisis	22
4.6. Matriz de consistencia	23
4.7. Principios éticos	24
V. RESULTADOS.....	25
5.1. Resultados	25

5.2. Análisis de resultados	30
VI. CONCLUSIONES	43
RECOMENDACIONES.....	44
REFERENCIAS.....	45
ANEXOS	48

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Referente a las características de los representantes de las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019	25
Tabla 2. Referente a las características de las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019.....	26
Tabla 3. Referente a las características de la atención al cliente en las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019	27
Tabla 4. Plan de mejora sobre atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurant y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019 se encuentra en la pag. 36.....	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad de los representantes de las MYPE	55
Figura 2. Género de los representantes de las MYPE.....	55
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes de las MYPE.	56
Figura 4. Ocupación.....	56
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	57
Figura 6. Tiempo de permanencia en el mercado	57
Figura 7. Objetivo de la Mype.	58
Figura 8. Cantidad de trabajadores	58
Figura 9. Aplicación de la gestión de calidad	59
Figura 10. Disponibilidad para escuchar los reclamos.....	59
Figura 11. Trabajador capacitado.....	60
Figura 12. El colaborador es comprensivo y amable.	60
Figura 13. El cliente comprende toda la información brindada.	61
Figura 14. Tiempo establecido para atender al cliente.....	61
Figura 15. La atención es fundamental para el regreso del cliente.	62
Figura 16. Cuenta con un buzón de sugerencia.....	62
Figura 17. Atención personalizada.....	63
Figura 18. Establecimiento, equipos y herramientas atractivos.	63

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las MYPE son importantes para el desarrollo del país porque a través de ello se genera mayor empleo y crecimiento económico. En Perú, una MYPE puede ser una persona natural o jurídica, creada por una persona emprendedora, luchadora con ganas de sobresalir y mejorar su estilo de vida, donde cada uno de ellos están separados según el sector y rubro que pertenecen para realizar sus actividades y satisfacer diferentes tipos de necesidades. Cada vez que pasa el tiempo se incrementa la demanda de las MYPE, generando mayor preocupación a sus representantes porque el incremento genera mayor competencia. Para ello deben buscar diferentes técnicas o herramientas de la gestión de la calidad para seguir compitiendo en el mercado y superar en todo aspecto a la competencia.

La mayoría de las empresas a nivel nacional como internacional no cuentan con una adecuada gestión de calidad en la atención al cliente, los cuales limitan su crecimiento y desarrollo en el mercado. Mientras tanto el consumidor tiene muchas alternativas para escoger a que empresa adquirir el producto o servicio, es por ello que los representantes de los restaurantes deben tomar más en cuenta la importancia de fidelizar un cliente con una buena atención para que siempre pueda volver adquirir su producto.

El trato que se debe brindar a un cliente, debe dejarlo mas que satisfecho para que sienta confianza en la organización. Cuando un cliente llega a una empresa debe ser tratado con la mayor amabilidad, siempre con una actitud cortés de parte del empleado, ya que esto puede influir en la imagen de la empresa, es decir, si un cliente es tratado con poco cortés, esta actitud influirá de manera negativa en la imagen de la empresa, porque el cliente comentará que en tal empresa no hay una buena atención. (RPP Noticias, 2016)

El mayor porcentaje de las MYPE en América Latina señalan que desean incrementar sus ingresos, para ello quieren expandir su negocio en diferentes países aprovechando el uso de la tecnología para brindar un servicio de calidad, de la misma forma un establecimiento atractivo según al rubro que se dedica. (Yamakawa y otros, 2010)

Anteriormente las empresas solo se enfocaban en satisfacer las necesidades del mercado regional y local, pocas veces pensaban en satisfacer a los clientes externos (otros países). Hoy en día la manera de hacer negocios ha cambiado, por ello los procesos administrativos, el

seguimiento de las perspectiva de los consumidores son básicos en los negocios. (Guarnero Rico, 2012)

La atención a los clientes en el mundo gastronómico (restaurantes) lastimosamente no es de calidad o no son tan recomendables. En los estudios que realizó el Centro Empresarial Gastronómico Hotelero aproximadamente a 500 clientes gourmet, señalaron lo que más les gusta de un restaurant es la atención que reciben, seguidamente la comida y por último el precio. Además señalaron que tuvieron malas experiencias porque no fueron atendidos como a ellos les gustaría. (Montecinos, 2015)

El restaurant campestre SAC situado en Chiclayo decidió mejorar la atención al cliente, para ello empezó con la remodelación del establecimiento para dar una buena imagen, adquisición de insumos adecuados y buen estado, y lo más importante la calidad del servicio. Esto generará incremento de ganancias, fidelización de clientes, posicionamiento en el mercado, entre otros. (Pérez Rios, 2014)

El restaurant El Encuentro ubicado en la ciudad de Huaraz indica que tiene una variedad de platos a la carta, empezando del desayuno hasta la cena, ofrece múltiples potajes regionales como picante de cuy, ají de gallina, yunca, puchero, caldo de cabeza, picante de chocho, etc. Además ofrece otros potajes de diferentes lugares como: cabrito a la norteña, arroz con pato, cuy chactado, charqui, entre otros. Del mismo modo ofrece gran variedad de bebidas nacionales e internacionales. Por otra parte cautiva a sus consumidores con las decoraciones modernas en el establecimiento, para ello el establecimiento tiene varios ambientes como área de comedor, área de bar y una sala. Por ultimo ofrece los servicios de catering y planner para todo tipo de ceremonias y eventos. (Sánchez Torres y Chavez Principe, 2013)

En esta investigación nos basamos específicamente en la buena atención al cliente que deben brindar los restaurantes en el distrito de Huaraz, de esa manera reducir las quejas constantes que se ve en los clientes. Por tal motivo los restaurantes deben enfocarse más en la atención al cliente para poder satisfacer las necesidades o pasar las expectativas del cliente así poder obtener la fidelidad y una buena imagen empresarial.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la

gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019?.

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. Para poder conseguir el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de los representantes de los restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019.
- Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019.
- Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019.
- Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de la atención como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019.

Esta investigación se justifica porque nos permitió conocer los más primordiales rasgos de los representantes de los restaurantes y de servicio móvil de comidas, de las MYPE y la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad. También más adelante ayudará como un antecedente para las futuras investigaciones sobre este tema que se está realizando, ya que es un tema muy primordial para los empresarios y la sociedad, de esta manera pueda refluir en una buena atención al cliente.

El soporte teórico de la investigación es en base a la atención al cliente, lo cual ayudó a medir y evaluar la atención al cliente según las cinco dimensiones: capacidad de respuesta, cortesía, fiabilidad, accesibilidad e infraestructura y equipos. Para la completa satisfacción del

cliente influyen todas estas dimensiones, es por ello que se debe cumplir con los estándares de calidad en cada una de ellas para lograr el éxito de la empresa.

En esta investigación se utilizó la metodología diseño no experimental transversal nivel descriptivo, lo cual nos ayudó a recolectar información sobre las características de los representantes de los restaurantes y de servicio móvil de comidas, de las micro y pequeñas empresas y de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en los restaurantes y de servicio móvil de comidas del distrito de Huaraz, 2019. Esta información se obtuvo mediante la técnica de encuesta dirigida a los representantes de los restaurantes del distrito de Huaraz, para ello se contó con 33 restaurantes existentes y que están registrados en el CIIU, obteniendo los resultados en tablas que se encuentran en cap. V. Resultados mediante tablas (pág. 25) y en figuras que se encuentran en anexo (pág. 55.) El 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 60.61% son mujeres, el 42.42% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia, el 51.52% cuentan con 3 a 5 trabajadores. El 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, el 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos.

En esta investigación se llegó a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, la mayoría son mujeres, tienen un grado de instrucción secundario. También son los mismos dueños del negocio y llevan a cargo de 7 años a más. La mayoría de las micro y pequeñas empresas llevan en el rubro de 7 años a más, tienen como finalidad generar ganancias y por ultimo cuentan con 3 a 5 trabajadores. La mayoría de los representantes aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, los personales siempre están disponibles para escuchar las dudas y reclamos de los clientes, no es frecuente la

capacitación en los personales para una buena atención al cliente, los personales son comprensivos y amables con los clientes, así mismo el cliente capta toda la información brindada por parte del personal. Por otra parte no cuentan con un tiempo establecido para atender al cliente, determinan que es importante la buena atención para el retorno del cliente al establecimiento, no cuentan con un buzón de sugerencias para los clientes, los personales no brindan una atención personalizada y el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos y agradables para los clientes.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Escandón (2017) en su investigación *Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil*. Tuvo el siguiente problema, ¿Cómo influye la optimización del perfil y la reorganización del servicio al cliente en la demanda turística del bar restaurante Macho Sports de la ciudad de Guayaquil?. A su vez planteó el siguiente objetivo general: Proponer un plan de acción estratégico enfocado a la optimización del perfil y la demanda de los servicios en el bar restaurante Macho Sports y plantea los siguientes objetivos específicos: Elaborar un marco conceptual donde se presente información referente a la calidad de servicios y demanda turística, determinar mediante un diagnóstico las estrategias para lograr la afluencia turística en el restaurante, establecer una propuesta para la mejora de los servicios del barrestaurant con enfoque a la optimización del perfil. La metodología empleada es deductivo-inductivo servirá para la descripción y observación que se estudiará partiendo de lo general a lo particular, el histórico-lógico estudiará la historia de la demanda de los demás restaurantes a su alrededor, basándose en fuentes primarias y secundarias. Tipo de investigación es cuantitativo y cualitativo. Obtuvo los siguientes resultados: el 3.00 % personas encuestadas acuden con frecuencia a dicho lugar en contraste al 77.00% de personas que acuden de manera esporádica siendo esto los clientes potenciales a los que se debe enfocar así mismo el porcentaje de visita es muy alentador ya que existe la demanda necesaria para que el proyecto se ejecute satisfactoriamente. El 36.00% prefiere la ambientación de lugar junto con el 29.00% que busca una atención óptima de los encargados de dicho establecimiento, solo el 9.00% de encuestados tomo en consideración los precios bajos como un factor indispensable. El 36.00% y 32.00% califican el servicio del establecimiento como indiferente y malo respectivamente esto demuestra que se debe mejorar la calidad del servicio para satisfacer la demanda de clientes y posibles clientes potenciales. El 78.00% sostuvo que el servicio es malo por parte de los empleados, solo un 22.00% dijo que el servicio es bueno, lo cual demuestra que se debe implementar capacitaciones sobre la calidad de servicio. El 49.00 % de insatisfacción de los clientes causando un malestar y no llenando las expectativas necesarias y agilizar el uso de medidas urgentes para salvaguardar la imagen del restaurante y permanencia en el mercado competitivo. En la gráfica se aprecia la inseguridad en los consumidores sobre si visitaría

nuevamente el bar/restaurante está latente con un 58.00% siendo esta la mayoría, un 27.00% no regresaría por el mal servicio obtenido solo un 15.00% sostuvo que regresaría por el ambiente del lugar. Con un alentador 27.00% se tiene la posibilidad y opción a mejorar el producto a ofertar para el crecimiento de la demanda local y extranjera y posicionarlo como un producto de calidad en el ámbito nocturno en cuanto a la alimentación y bebida del mismo ya que escasamente en la ciudad un local tiene tantos ambientes en uno solo acorde con sus precios módicos. conclusiones: Después de haber realizado el informe de investigación en base a los resultados obtenidos se puede concluir que: Los resultados en la calidad de los servicios revelan que en la empresa los empleados ofrecen los servicios, pero no de manera correcta, no prestan atención a las necesidades del cliente. Que no brindan una atención personalizada siendo varios de los encuestados clientes frecuentes, la gran mayoría indicó que no reciben un trato amable y algunos respondieron que a veces. Se puede decir que este resultado no cumpliría los parámetros de satisfacción al cliente. La innovación del servicio no es lo mismo que una remodelación de infraestructura; entonces si hablamos de cambios se debe investigar de qué manera se puede mejorar nuestros servicios en beneficio del cliente. Es demasiado el tiempo que esperan para ser atendidos provocando malestar y pérdida de tiempo a los clientes, además que los ambientes en donde esperan no tiene la capacidad adecuada.

Villacorta (2019) en su investigación *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los Jazmines, Trujillo, 2018*. Tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio – Rubro Restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal – no experimental y diseño descriptivo. La población estuvo integrada por 11 restaurantes de la Urbanización Los Jardines, Trujillo, a los cuales se les aplicó una cuestionario y se obtuvieron los siguientes resultados: el 55.00% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 64.00% son varones, el 55.00% tienen superior universitario, el 82.00% de los representantes son dueños, el 45.00% cuentan con tiempo de permanencia de 7 a mas años, el 55.00% de las MYPE permanecen mas de 7 años en el mercado, el 91.00% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 100.00% de las MYPE son creadas para generar ganancias, el 45.00% conocen el

término gestión de calidad a la misma vez el 45.00% tienen cierto conocimiento de gestión de calidad, el 100.00% conocen lo que es la atención al cliente, el 82.00% tienen dificultad de los trabajadores no se adaptan a los cambios, el 82.00% miden el rendimiento del personal a través de la observación, el 100.00% si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad, el 82.00% señala que brindan una buena atención al cliente y el 73.00% considera que la mala atención se genera por una mala organización de los trabajadores.

Antunez (2017) en su investigación *Gestión de calidad en Atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tuvo el siguiente problema: ¿cuáles son las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016?. A su vez se planteó el siguiente objetivo general: determinar las siguientes características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, en la ciudad de Huarmey, 2016. La metodología que se utilizó fue diseño no experimental, transversal – descriptivo. Se realizó un encuesta a 22 restaurantes de la ciudad de Huarmey y se llegó a los siguientes resultados: el 73.00% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 64.00% son varones, el 46.00% cuentan con estudios superiores, el 64.00% de las MYPE cuentan de 1 a 4 trabajadores, el 68.00% de las MYPE están de 0 a 3 años en el mercado, el 59.00% de los representantes si conocen una gestión de calidad, el 36.00% priorizan el buen trato a los clientes, y el 55.00% manifiesta que no capacita a los colaboradores en atención al cliente. Se concluye que La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. La mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de los micros empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de

las MYPE tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Ponce (2018) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017*, tuvo como objetivo general: describir las características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017. La investigación se desarrolló utilizando un diseño no experimental - transversal y descriptivo, para el recojo de información se contó con una muestra y población de 16 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: el 68.75% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 62.50% son mujeres, el 43.95% cuentan con el grado de instrucción secundario, el 62.50% son dueños, el 50.00% señalan que la MYPE cuentan de 1 a 5 trabajadores, el 82.50% de los representantes señalan que tienen una permanencia de 7 años a más, el 81.25% aplica una gestión de calidad, el 56.25% utiliza la mejora continua como técnica moderna de gestión empresarial, el 56.25% considera como prioridad para determinar la calidad en su empresa la calidad del producto, el 43.75% considera la amabilidad y buen trato como prioridad ante sus clientes, el 75.00% considera la competitividad al momento de contratar personal, el 93.75% no realiza capacitaciones sobre atención al cliente, el 68.75% cree que una atención de calidad contribuye en el aumento de ventas y el 56.25% considera que sus empresas cuentan con un buen clima laboral. Finalmente las conclusiones son: la mayoría de las MYPE encuestadas están aplicando una gestión de calidad usando la técnica de mejora continua, y considera que la amabilidad y buen trato contribuye al aumento de las ventas en su negocio.

Huallpahuache (2015) en su investigación *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores – Huaraz 2014*, tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante de dos tenedores en Distrito de Huaraz, 2014. Se utilizó una investigación cuantitativa

de nivel descriptivo y se aplicó un diseño no experimental Transaccional o Transversal. La población para este estudio fueron 21 representantes legales de las MYPE del Sector Servicios - Rubro Restaurantes de Dos tenedores en el Distrito de Huaraz, siendo un total de 21 MYPE. Se obtuvo los siguientes resultados: El 51.50% de empresarios de las mype encuestados son de sexo femenino. El 33.30% de los empresarios encuestados manifiestan que sus edades oscilan entre 36 – 45 años y cuentan con estudios superiores universitarios. El 52.40% de las mype encuestadas señalan que no aplican una mejora continua en el proceso de elaboración de alimentos. El 36.40% de las mype encuestadas indican que no es necesario establecer objetivos y estrategias para lograr un buen resultado. El 38.10% de las mype encuestadas afirman que son indiferentes en hacer un seguimiento detallado de los problemas que se generan en el proceso de preparación de alimentos. El 42.90% de las mype encuestadas afirman que no identifican las causas que se puede presentar en la empresa que generan problemas en el proceso de preparación de alimentos. El 47.60% de las mype encuestadas indican que una manera informal sobre cómo proceder en el proceso de preparación de alimentos. El 33.30% de micro y pequeñas empresas encuestadas manifiestan que no es necesario realizar cambios para solucionar problemas en el proceso de preparación de alimentos, y que es irrelevante proporcionar información sobre el proceso de preparación de alimentos. El 42.90% de las MYPE encuestadas manifiestan que no es necesario evaluar los resultados del proceso de preparación de alimentos ya que sus empleados conocen lo suficiente del mismo. Se concluye que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas adultas ya que sus edades oscilan 36 a 45 años, y son mujeres con un grado de instrucción superior universitario. En la mayoría de las mype no hay conocimientos de la gestión de calidad, ya que omiten procesos importantes dentro de su mype como establecer sus objetivos, no hacer seguimiento a los procesos de preparación de sus alimentos y no miden sus resultados, no aplica la mejora continua, y se resisten al cambio.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Gestión de calidad

Perez y Gardey (2014) determinan como un mecanismo importante lo cual conlleva a mejorar los procesos y recursos para poder obtener la calidad en las empresas e indicar el trabajo donde los consumidores estén complacidos con el producto o servicio brindado. Un punto importante en todas las empresas es que los consumidores estén encantados con el producto o servicio que brindan así generar la fidelidad de un cliente.

Fontalvo (2016) señala como un progreso de un sistema capaz de crear procesos de transformación y a través del tiempo va evolucionando constantemente para llegar a niveles superiores de calidad para el éxito de la empresa, así mismo diferenciarnos de la competencia y ser favoritos de los clientes. (p. 49).

Por otro lado Cortés (2017) define a la gestión de calidad como un conjunto de actividades o funciones generales de la dirección, las cuales determinan la política de la calidad, los objetivos y responsabilidades. Así mismo se implantan por diferentes medios como la planificación, el control, mejora y aseguramiento de la calidad.

Principios

García (2011) indicó que los ocho orígenes que se pueden emplear por la alta jerarquía con el fin de realizar y mejorar el desempeño, son los siguientes: existencia del liderazgo, perspectiva al cliente, participación de los personales, enfoque basado en procesos, informaciones clara para tomar una buena decisión, un sistema para la gestión, una buena relación con el proveedor y mejora continua.

Fundamentos

- Su fin es mejorar continuamente para ser competitivos.
- Su elemento más importante es el talento humano.
- Participan todos los trabajadores de diferentes niveles.

- Establecer objetivos para continuar mejorando y realizar un seguimiento repetitivo a los resultados.

Atención al cliente

Torres (2018) define como el servicio que ofrecen las diferentes organizaciones que brindan servicios y/o comercializan productos a los clientes para satisfacer las necesidades. Una vez realizado la atención al cliente podemos obtener resultados positivos o negativos como quejas, reclamos, sugerencias o felicitaciones. Al mismo tiempo define atención al cliente como un concepto de trabajo, es decir, realizar actividades que afecta a toda la organización, tanto en atender al público externo (clientes) como al público interno (trabajadores, accionistas, entre otros).

La atención al cliente se da a través de diferentes medios: vía telefónica, presencial u online, etc. siempre y cuando tratando de adaptarse a las necesidades de los clientes.

García (2011) coincide con el autor anterior en la definición de la atención al cliente recalcando que es todo aquel servicio que ofrecen las diferentes entidades de acuerdo al sector y rubro que desempeñan sus actividades para satisfacer las necesidades de sus clientes, cuando estos necesitan realizar quejas, recomendaciones, expresar inquietudes sobre el producto o servicio o requerir información adicional.

Cliente

Sánchez (2011) determina que el cliente es el factor más importante que deben tener en cuenta todas las empresas al momento de prestar el servicio u ofrecer el producto, ya que sin cliente no existe el servicio. Es por ello se debe tener en cuenta que los clientes siempre buscan satisfacer sus necesidades, por lo que se debería prestar atención a sus necesidades.

Elementos de la atención al cliente

Según Sánchez (2011) la atención al cliente cuenta con cinco elementos, los cuales son lo siguiente:

- Capacidad de respuesta: disposición de las empresas para prestar un servicio de manera rápida y oportuna, ningún cliente debe rogar para que sus inquietudes sean atendidas. La capacidad de dar una respuesta es la celeridad y el orden que brindan los personales al momento de prestar el servicio para satisfacer una demanda.
- Cortesía: los personales deben atender de buena manera y con educación al momento de orientar a los clientes, es decir, la amabilidad, el respeto, escucha activa, simpatía, entre otros. un buen trato siempre generara un vínculo duradero con los clientes.
- Fiabilidad: toda empresa debe ejecutar de manera fiable el servicio requerido, contagiar la sensación de que cualquier duda, algún incidente o problema se le está dando la respectiva solución, así mismo generar confianza al momento de brindar la atención.
- Accesibilidad: un buen servicio de atención al cliente debe contar con varias vías de contacto: buzón de sugerencias, atención personalizada, entre otros. Actualmente con el avance de la tecnología algunas empresas tienen contacto con sus clientes vía online.
- Infraestructura y equipos: lugar donde se puede realizar una actividad o servicio y se tiene un contacto directo con los clientes, así mismo los medios que disponga para ofrecer un buen servicio, como los equipos, herramientas, folletos o lista de menús, personal adecuado, etc.

Micro y pequeñas empresa

Sunat (2014) señala que son entidades naturales o jurídicas, inscritas en los registros públicos para que pueda brindar servicio de manera legal. Su objetivo principal es desarrollar actividades de diferentes maneras para poder obtener una rentabilidad.

Importancia

Vega (2011) describió que las MYPES en el Perú, reducen la pobreza por medio de puestos de trabajo y el PBI. Convirtiéndose en lo más principal para el crecimiento de nuestro país.

Restaurantes

Definición de Restaurantes

Según Laur y Degrossi (2018) el restaurant está dividida en las siguientes áreas operativas: Salón (espacio público donde se brinda el servicio), cocina (lugar donde se limpian y se realiza la preparación de los alimentos para luego ser brindado a los clientes) y almacén (lugar donde se almacenan las materias primas para ser utilizados en los próximos días).

Importancia de los Restaurantes

Lopez (2009) determina que estos negocios son un medio por el cual se satisface las necesidades. Aparte de ello es un establecimiento donde los consumidores puedan deleitar diferentes variedades de comidas y bebidas de su preferencia con la compañía de sus familiares, amistades, entre otros. Además estos establecimientos se han vuelto un lugar para disfrutar de la compañía, ya que el cliente puede asistir al restaurant con la familia, amigos, pareja, entre otros.

Tipos de Restaurantes

Villa (2013) determina los siguientes tipos de restaurantes:

Restaurant de comida rápida: son negocios informales que se encargan de preparar alimentos en poco tiempo como papas fritas, hamburguesas, sándwich de pollo, carne, huevo, pizza, entre otros. Esto se da porque existen muchas personas que estudian y trabajan, por ello no cuentan con tiempo como para poder pedir y comer platos a la carta.

Restaurant gastronómico: son establecimientos de buena calidad, donde se brinda platos a la carta y que son preparados al instante por cocineros expertos y profesionales, el ambiente es agradable, los meseros (as) están vestidos uniformemente.

Restaurant buffet: en este lugar existen una gran variedad de platos que están servidas en una mesa para que el cliente se sirva a su gusto.

Restaurant temático: en este lugar se preparan platos típicos locales, nacionales e internacionales representativas.

Elementos de los Restaurantes

Granados (2010) señala que los elementos de los restaurantes son el humano lo cual realiza todas la actividades de los restaurantes y los materiales que pueden visualizar los clientes y que se utilizará para el buen servicio que se brindará.

Burbano (2010) señala que se componen de la siguiente manera: activos es todo lo que posee una empresa, como terrenos, maquinarias, muebles, inmuebles, enseres, tableros, batidoras, ollas, refrigeradora, utensilios y herramientas, mobiliario y equipo de ventas, vitrina, cocinas, mostrador, caja registradora, etc.; pasivos son los pagos que realiza la empresa a terceras personas y el patrimonio es todo lo que tiene una empresa, es decir son sus bienes propios.

Claves para tener éxito en el mercado

Rivero (2010) define para tener éxito en el mercado se debe escoger una ubicación de alto tránsito donde exista movimiento a cada momento, tener trabajadores capacitados y motivados para que pueda brindar un buen servicio y garantizar la calidad de los productos y servicios brindados.

2.3. Marco conceptual

MYPE: empresa privada o pública creado con fines de lucro, así mismo satisfacer necesidades de los consumidores de acuerdo al sector y rubro en la que desarrolla sus actividades.

Cliente: Persona primordial para el éxito de cualquier empresa.

Atención personalizada: el trabajador brinda un buen servicio al cliente, en la cual le muestra su interés en ayudarlo en cualquier momento, estar atento a cada llamada o atención que necesite el consumidor.

Calidad: Perfección de un producto o servicio, durante su proceso no se comete ningún error.

Capacidad: Es un conjunto de condiciones, cualidades que cuentan los seres humanos para que puedan desarrollar actividades, entre otros.

Establecimiento: Ambiente físico de toda entidad de diferentes rubros, en la cual brinda servicios y/o productos para poder cubrir las necesidades de sus clientes.

Expectativas del cliente: Es lo que ves más allá de lo que puedes ver, por ello muchas empresas se preocupan para sobrepasar las expectativas de sus clientes.

Gestión: Es una acción completa en la cual las personas involucradas desarrollan diferentes tipos de actividades para poder alcanzar eficientemente los objetivos trazados de la organización.

Personal: Activo más importante que cuenta la organización, gracias al talento humano puede generar altas utilidades; por otro lado es una persona que realiza actividades a cambio de un salario.

Respeto: Es uno de los valores que tiene una persona, en la cual debe practicarse mutuamente para poder llevar una buena relación y que no exista ningún tipo de conflicto.

Satisfacción: Es cuando la persona siente una sensación completa después de adquirir algo o después de hacer algo, se siente complacido.

Servicio: Un servicio puede definirse como actividades intangibles que se brindan para cubrir diferentes necesidades de los clientes, esta interacción se da mediante un cliente y empleado.

III. HIPÓTESIS

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

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Esta investigación fue realizada con el diseño no experimental – transversal porque se realizó sin manipular la variable, los cuales fueron observados en su ambiente natural y en su realidad. Además los datos se recolectaron en un tiempo único.

El nivel de investigación fue descriptiva porque se describió las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, así mismo de las características de las micro y pequeñas empresas y las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad.

4.2. Población y muestra

Población:

En esta investigación la población fue la cantidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas del distrito de Huaraz. La información se obtuvo de la SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) los cuáles existen 33 restaurantes y de servicio móvil de comidas, así mismo se encuentran activos y habidos.

Muestra:

En esta investigación se tomó como muestra a toda la población, es decir, a los 33 restaurantes y de servicio móvil de comidas que están registrados en el CIIU 5610, lo cual esta información se solicitó en la mesa de partes de la SUNAT (sede Huaraz).

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE		DEFINICIÓN OPERACIONAL: INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN CONCEPTUAL		
Perfil de los representantes legales de las MYPE	Dueño: persona que crea una empresa con fines de lucro personal. Gerente: persona encargada de administrar, dirigir, controlar y representar a una empresa.	1. Edad	Razón: - de 18 a 30 años - de 31 a 50 años. - De 51 años a mas
		2. Sexo	Nominal: - Femenino - Masculino
		3. Grado de instrucción	Nominal: - Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitario. - Superior universitario
		4. Cargo que desempeña	Nominal: - Dueño - Administrador - Gerente
		5. Tiempo que desempeña en la empresa	Razón: - 0 – 3 años - 4 – 6 años - 7 años a mas
Perfil de las MYPE	MYPE: entidad natural o jurídica inscrita en los registros públicos con fines de lucro y desarrollar diferentes tipos actividades como prestación, comercialización, producción, entre otros.	1. Tiempo de permanencia de la MYPE en el rubro	Razón: ✓ 0 – 3 años ✓ 4 – 6 años ✓ 7 a más
		2. Objetivo de la creación de la empresa	Nominal: ✓ Generar ganancias ✓ Subsistencia
		3. Cantidad de trabajadores en la empresa	Razón: ✓ 1 – 2 trabajadores ✓ 3 – 5 trabajadores ✓ 6 a más trabajadores

VARIABLE		DEFINICIÓN OPERACIONAL			ESCALA DE MEDICIÓN
DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN		INDICADOR	
		DENOMINACIÓN	CONCEPTO	DENOMINACIÓN	
Atención al cliente	Servicio que proporcionan las empresas para satisfacer las necesidades de sus clientes, dentro de ellas se encuentran: realizar reclamos o sugerencias, expresar inquietudes sobre el producto o servicio brindado, entre otros.	Capacidad de respuesta	Estar disponible para prestar un servicio de manera rápida y oportuna.	Rápido servicio	Nominal
				Estar disponible para consultas y reclamos	Nominal
				Capacitar para atender al cliente	Nominal
				Amabilidad	Nominal
				Escucha activa	Nominal
		fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio de manera cuidadosa y precisa.	Atención en el tiempo ofrecido	Nominal
				Cumplir lo propuesto con exactitud	Nominal
		Accesibilidad	Son vías de contacto con el cliente para determinar el nivel de satisfacción y contribuir a su fidelidad.	Buzón de sugerencias	Nominal
				Atención personalizada	Nominal
		Infraestructura y equipos	Establecimientos físicos, equipos y materiales que existen y que se pueden visualizar y tocar.	Establecimiento	Nominal
				Equipos y herramientas	Nominal
				Materiales (cartas o folletos de la lista de precios y variedad de comidas que ofrece)	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica:

Encuesta: es la técnica más utilizada en las investigaciones, lo cual ayudó obtener de forma ordenada la información acerca de las variables involucradas, partiendo de la participación de una muestra seleccionada.

Instrumento:

Cuestionario: es un conjunto de preguntas que deben ser contestadas por las personas encuestadas. En esta investigación el cuestionario tuvo 18 preguntas los cuales 5 preguntas fueron referentes a las características de los representantes de las MYPE, 3 preguntas referentes a las características de las MYPE y 10 preguntas referentes a las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en los restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

4.5. Plan de análisis

En la presente investigación los datos fueron obtenidos mediante una encuesta dirigida a los representantes de las MYPE, donde ellos respondieron 18 preguntas. La información recopilada se tabuló en tablas y figuras, para ello se utilizó los programas el Word y el Excel. Las tablas muestran la frecuencia relativa y se encuentran en la pág. 25, adicionalmente se realizaron figuras que se encuentran en la pág. 55.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Metodología			
		Variable	Población y Muestra	Método	Técnica e instrumento
GENERAL: ¿Cuáles son las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019?	Objetivo General: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. Objetivos específicos: - Definir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. - Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. - Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector	Atención al cliente: Servicio que proporcionan las empresas para satisfacer las necesidades de sus clientes, dentro de ellas se encuentran: realizar reclamos o sugerencias, expresar inquietudes sobre el producto o	Población: El total de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas del distrito de Huaraz. Todos los restaurantes que actualmente se encuentran activos y habidos en la SUNAT son 33 restaurantes. Muestra: Se tomará como	Diseño: No experimental al (transversal) porque se recolectan las informaciones en un tiempo único y no se puede manipular las variables. Nivel: Descriptivo, porque se busca describir las características de los representantes de las MYPE, de	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario. Plan de análisis: Los datos fueron obtenidos mediante el cuestionario, la información obtenida se tabuló mediante tablas y figuras en los programas

	servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. - Elaborar un plan de mejora sobre la aplicación de la atención como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019.	servicio brindado, entre otros.	muestra a toda la población, por ser una población pequeña, para ello contaremos con 33 restaurantes y de servicio móvil de comidas.	las MYPE, y de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en los restaurantes y de servicio móvil de comidas, en el distrito de Huaraz. 2019.	Excel y Word.
--	---	---------------------------------	--	--	---------------

4.7. Principios éticos

En esta investigación se resaltó los 5 principios éticos de investigación aprobados por el rector de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote: Protección a las personas (la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad), beneficencia y no maleficencia (no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios), justicia, integridad científica y el consentimiento informado y expreso (los investigadores consienten el uso de la información para fines académicos).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019

Características: Representantes	N	%
Edad		
De 18 a 30 años	4	12.12
De 31 a 50 años	22	66.67
De 51 años a más	7	21.21
Total	33	100.00
Género		
Femenino	20	60.61
Masculino	13	39.39
Total	33	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	00.00
Primaria	10	30.30
Secundaria	14	42.42
Superior no univ.	7	21.21
Superior univ.	2	6.06
Total	33	100.00
Cargo que ocupa		
Dueño	26	78.79
Gerente	7	21.21
Total	33	100.00
Tiempo que desempeña		
0 – 3 años	4	12.12
4 – 6 años	7	21.21
7 años a mas	22	66.67
Total	33	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

Tabla 2

Características de las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019.

Características de las MYPE	N	%
Tiempo de permanencia en el mercado		
0 – 3 años	2	6.06
4 – 6 años	4	12.12
7 años a más	27	81.82
Total	33	100.00
Objetivo de la empresa		
Generar ganancia	33	100.00
Subsistencia	0	00.00
Total	33	100.00
Cantidad de trabajadores		
1 – 2 trabajadores	2	6.06
3 – 5 trabajadores	17	51.52
6 a más trabajadores	14	42.42
Total	33	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

Tabla 3

Características de la atención al cliente en las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019

Características de la atención al cliente	N	%
Aplicación de la gestión de calidad		
Si	14	42.42
A veces	07	21.21
No	12	36.37
Total	33	100.00
Disponibilidad para escuchar al cliente		
Si	31	93.94
A veces	02	6.06
No	00	0.00
Total	33	100.00
Personal capacitado		
Si	12	36.36
A veces	15	45.46
No	06	18.18
Total	33	100.00
Comprensivo y amable con el cliente		
Si	28	84.85
A veces	05	15.15
No	00	00.00
Total	33	100.00
El cliente comprende toda la información brindada		
Si	27	81.82
A veces	06	18.18
No	00	0.00
Total	33	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

Tabla 3

Características de la atención al cliente en las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019

Características de la variable	N	%
Tiempo establecido para atender al cliente		
Si	12	36.36
A veces	04	12.12
No	17	51.52
Total	33	100.00
La atención es fundamental para el regreso del cliente		
Si	23	69.70
A veces	10	30.30
No	00	0.00
Total	33	100.00
Cuenta con buzón de sugerencias		
Si	08	24.24
A veces	00	0.00
No	25	75.76
Total	33	100.00
Atención personalizada		
Si	04	12.12
A veces	09	27.27
No	20	60.61
Total	33	100.00
El establecimiento, equipos y herramientas atractivos		
Si	21	63.64
A veces	12	36.36
No	00	0.00
Total	33	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

Tabla 4

Plan de mejora sobre atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurant y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019 se encuentra en la pág. 36.

Problema	Causa	Acción de mejora	Responsable
No realizan capacitaciones a los colaboradores.	Por falta de inversión y poco interés por parte de los representantes.	Contratar a un especialista en atención al cliente para que realice las capacitaciones para brindar una atención de primera, de esa manera el cliente se sentirá satisfecho por el servicio adquirido.	Un especialista
No cuentan con un horario establecido desde que el trabajador toma el pedido del cliente hasta la entrega.	La preparación de los potajes de comida varían de acuerdo al tipo de potaje,	Realizar una lista de los potajes de comida que se ofrece y calcular cuánto tiempo se demora en preparar cada una de ellas y compartir la información con todos los trabajadores, de esa manera al momento de tomar el pedido se dará conocimiento al cliente.	Un cocinero
No cuentan con un buzón de sugerencias.	Poco interés por parte de los representantes en crear un buzón de sugerencias.	Crear un buzón de sugerencias vía web para generar mayor comunicación con los clientes, tener en cuenta las sugerencias y reclamos para seguir mejorando en cada error cometido.	Ingeniero de sistemas (estudiante)
La satisfacción del cliente es regular.	Por falta de un servicio de calidad.	Analizar cada uno de las actividades que se realiza para la entrega de una calidad de servicio e identificar los errores para eliminarlos.	Administrador (a) egresado

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

El 66.67% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, esto coincide con Villacorta (2019) quien establece que el 55% de los representantes tienen una edad de 31 a 50 años de edad, así mismo con Antúnez (2017) quien determina que el 73% de los representantes tienen de 31 a 50 años, del mismo modo con Ponce (2018) quien señala que el 68.75% de los representantes tienen de 31 a 50 años de edad, y por último coincide con Huallpahuque (2015) quien determina que el 33.30% de los representantes tienen una edad entre 31 a 50 años. Esto demuestra que la mayoría de los representantes son adultas, que pueden dirigir y controlar las MYPE, así mismo cuentan con una experiencia para seguir compitiendo en el mercado.

El 60.61% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son mujeres, estos resultados coinciden con Ponce (2018) quien determina que el 62.50% de los representantes son mujeres, así mismo con Huallpahuque (2015) quien señala que el 51.50% de los representantes son mujeres. Por otra parte, esto contrasta con Villacorta (2019) quien señala que el 64% de los representantes son varones, del mismo modo con Antúnez (2017) quien determina que el 64% son varones. Esto demuestra que la mayoría son mujeres emprendedoras, capaz de administrar las empresas por las capacidades, conocimientos y experiencias que cuentan cada una de ellas.

El 42.42% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción secundario, estos resultados coinciden con Ponce (2018) quien determina que el 43.95% de los representantes tienen grado de instrucción secundario. Por otro parte, esto contrasta con Villacorta (2019) quien determina que el 55% de los representantes tienen grado de instrucción superior universitario, así mismo con Antúnez (2017) quien determina que el 46% de los representantes tienen grado de instrucción superior universitario, del mismo modo con Huallpahuque (2015) quien señala que el 33.30% de los representantes tienen grado de instrucción superior universitario. Esto demuestra que

la mayoría de los representantes estudiaron solo hasta nivel secundario, pero eso no es impedimento para formar y dirigir una empresa.

El 78.79% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son dueños, estos resultados coinciden con Ponce (2018) quien señala que el 62.5% de los representantes son dueños, así mismo con Villacorta (2019) quien determina que el 82% de los representantes son dueños. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños y administran ellos mismos sus empresas, aunque no cuenten con conocimientos para llevar al éxito la empresa, lo hacen de manera empírica.

El 66.67% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas llevan en el cargo a partir de los 7 años a mas, estos resultados coinciden con Villacorta (2019) quien determina que el 45% de los representantes llevan en el cargo a partir de los 7 años a más. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas administran más de 7 años porque son ellos mismos son los dueños.

Tabla 2

Características de las Micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

El 81.82% de las Micro y pequeñas empresas tienen una permanencia en el rubro desde los 7 años a más, estos resultados coinciden con Ponce (2018) quien determina que el 82.50% de las Micro y pequeñas empresas tienen una permanencia en el rubro desde los 7 años a más, así mismo con Villacorta (2019) quien determina que el 55% de las MYPE tienen una permanencia desde los 7 años a más. Por otra parte, estos resultados contrastan con Antúnez (2017) quien señala que el 68% de las MYPE tienen una permanencia en el rubro entre los 0 a 3 años. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE están más de 7 años en el mercado compitiendo y mejorando cada vez en el proceso de sus actividades para ser una empresa exitosa y reconocida.

El 100% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad generar ganancia, estos resultados coinciden con Villacorta (2019) quien determina que el 100% de las MYPE su objetivo es generar ganancia. Esto demuestra que el total de las MYPE son constituidas con la finalidad de generar ganancia y recuperar todo el monto invertido porque son empresas privadas.

El 51.52% de las Micro y pequeñas empresas tienen 3 a 5 trabajadores, estos resultados coinciden con Villacorta (2019) quien señala que el 91% de las MYPE tienen de 1 a 5 trabajadores, así mismo con Antúnez (2017) quien determina que el 64% de las MYPE tienen de 1 a 5 trabajadores, del mismo modo con Ponce (2018) quien señala que el 50% de las MYPE cuentan con 1 a 5 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE cuentan con trabajadores que cumplen diferentes funciones, por ejemplo el administrador es el cajero de la empresa o puede realizar otras funciones. Esto ayuda a que el dueño o administrador se involucre más con el cliente para poder saber cuáles son sus necesidades y expectativas de cada uno de ellos.

Tabla 3

Características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

El 42.42% de los representantes si aplican la gestión de calidad en la atención del cliente, estos resultados coinciden con Villacorta (2019) quien determina que el 45% de los representantes si aplican la gestión de calidad en atención al cliente, así mismo con Antúñez (2017) quien determina que el 59% de los representantes aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, así mismo con Ponce (2018) quien señala que el 56.25% de los representantes aplican la gestión de calidad en atención al cliente. Por otra parte, estos resultados contrastan con Huallpahuque (2015) quien señala que el 52.40% de los representantes no aplican la gestión de calidad en atención al cliente. Esto demuestra que los representantes cada vez se enfocan en mejorar y perfeccionar todos los procesos de sus actividades, ya que es importante que el producto o servicio tenga calidad para poder satisfacer las necesidades y pasar las expectativas de los clientes.

El 93.94% de los representantes indican que los trabajadores siempre están disponible para escuchar a los clientes, el 6.06% indica que los trabajadores a veces están disponible para escuchar a los clientes. Estos resultados no coinciden ni contrastan con investigaciones anteriores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas que es importante brindar una buena atención, para ello influye varios factores al momento de tener contacto con el cliente, uno de ellos es que el trabajador siempre escuche las recomendaciones, consultas y reclamos de cada cliente, de esa manera seguir mejorando en cada error que se está cometiendo.

El 45.46% de los representantes señalan que los colaboradores solo a veces son capacitados, estos resultados contrasta con Antúñez (2017) quien determina que el 55% de los trabajadores no son capacitados para atender al cliente, así mismo con Ponce (2018) quien determina que el 93.75% de los trabajadores si son capacitados. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE aún no toman importancia en capacitar a sus personales en atención al cliente, no invierten en contratar un especialista para que realice la capacitación, simplemente piensan que basta que su personal cuente con experiencia en atención al cliente.

El 84.85% de los representantes indican que los colaboradores son comprensivos y amables con los clientes, estos resultados coinciden con Antúñez (2017) quien determina que el 36% de los representantes indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, así mismo con Ponce (2018) quien determina que el 43.75% de los representantes indican que los personales son siempre amable con los clientes. Esto demuestra que la mayoría de las MYPE cuentan con personales que son comprensivos y amables con los clientes al momento de atenderlos, esto genera a que el cliente nuevamente retorne al establecimiento para adquirir el servicio, además recomendar a sus familiares, amigos, vecinos, entre otros.

El 81.82% de los representantes indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 18.18% de los representantes señalan que el cliente a veces comprende toda la información brindada por el personal. Estos resultados no coinciden ni contrastan con investigaciones anteriores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas señalan que los clientes si comprenden la información que les brinda el mozo (a) que les atiende. Es importante que el cliente entienda y comprenda para que no exista ningún reclamo o duda.

El 51.52% de los representantes indican que no existe algún tiempo establecido para atender al cliente, mientras que el 36.36% de los representantes señalan que si existe un tiempo establecido para atender a los clientes. Estos resultados no coinciden ni contrastan con investigaciones anteriores. Esto demuestra que la mitad de los representantes de las micro y pequeñas empresas determinan que no cuentan con un horario establecido para atender a los clientes porque depende del potaje del plato que pide el cliente porque cada plato se demora en preparar en diferentes tiempos.

El 69.70% de los representantes indican que la atención es fundamental para el regreso del cliente, mientras que el 30.30% de los representantes indican que a veces es fundamental una buena atención para el regreso del cliente. Estos resultados no coinciden ni contrastan con investigaciones anteriores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas señalan que es muy importante la buena atención para que regrese el cliente. Brindar una buena atención sin errores es fundamental para que el cliente se sienta satisfecho y se haya superado las expectativas que tenía, esto

generara a que regresen nuevamente al establecimiento, empezará a recomendar dicho MYPE, de esa manera se captará más clientes y aumentara la rentabilidad, así mismo la empresa tendrá una buena imagen.

El 75.76% de los representantes señalan que no cuentan con un buzón de sugerencias, mientras que el 24.24% de los representantes señalan que si cuentan con un buzón de sugerencias. Estos resultados no coinciden ni contrastan con investigaciones anteriores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes indicaron que las MYPE no cuentan con un buzón de sugerencias porque el cliente hace conocer sus reclamos al momento de estar en el establecimiento, ya sea al final del servicio o al momento de brindar el servicio.

El 60.61% de los representantes señalan que los colaboradores no brindan una atención personalizada, mientras que el 27.27% de los representantes indican que los colaboradores a veces brindan una atención personalizada. Estos resultados no coinciden ni contrastan con investigaciones anteriores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas determinan que no brindan una atención personalizada, ya que en la hora punta se llena de clientes el establecimiento y no cuentan con capacidad de atender de manera personalizada a cada una de las mesas del establecimiento, esto se debe a que cuentan con pocos mozos (as).

El 63.64% de los representantes indican que el establecimiento, equipos y herramientas si son atractivas para el cliente. Estos resultados no coinciden ni contrastan con investigaciones anteriores. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas señalan que el establecimiento es agradable, los equipos y herramientas (tv, parlantes, platos, cubiertos, carta de menús, entre otros) son atractivos, ya que los elementos tangibles deben impresionar a los clientes.

PLAN DE MEJORA SOBRE ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS EN EL DISTRITO DE HUARAZ, 2019.

1. DIAGNÓSTICO GENERAL

MATRIZ FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	- Incremento de la demanda en turistas que visitan la ciudad. - Uso de la tecnología.	- Los clientes son más exigentes y valoran la calidad del servicio y/o producto que el precio. - Incremento de MYPE del mismo rubro.
FORTALEZAS	F – O	F – A
- Establecimiento atractivo para que el cliente se sienta a gusto. - Personales amables y compresivos con el cliente.	Aprovechar la buena imagen del establecimiento y el buen comportamiento de los colaboradores y seguir mejorando para captar a los clientes nuevos.	Aprovechar la atención que brindan los colaboradores para satisfacer las necesidades de los clientes, así mismo alcanzar sus expectativas.
DEBILIDADES	D – O	D – A
- Los personales no se encuentran capacitados. - No cuenta con un buzón de sugerencias. - No aplican la técnica de atención al cliente.	Aplicar la técnica de atención al cliente para mejorar en los procesos de las actividades que se realizan para una buena atención. Crear un buzón de sugerencias para tener más contacto con los clientes.	Elaborar un presupuesto para la capacitación a los colaboradores para brindar una atención de primera, para seguir manteniendo los clientes potenciales, así mismo generar una fidelización.

2. INDICADORES DE GESTIÓN

INDICADORES	EVALUACIÓN DE INDICADORES DENTRO DE LAS MYPE
Capacitación de los personales	No realizan capacitaciones a los colaboradores.
Tiempo establecido para atender al cliente,	No cuentan con un horario establecido desde que el trabajador toma el pedido del cliente hasta la entrega.
Buzón de sugerencias vía online	No cuentan con un buzón de sugerencias
Satisfacción del cliente en relación a la atención	La satisfacción del cliente es regular.

3. PROBLEMAS

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Capacitación de los personales	No realizan capacitaciones a los colaboradores.	Por falta de inversión y poco interés por parte de los representantes.
Tiempo establecido para atender al cliente	No cuentan con un horario establecido desde que el trabajador toma el pedido del cliente hasta la entrega.	Porque la preparación de los potajes de comida varían de acuerdo al potaje.
Buzón de sugerencias vía online	No cuentan con un buzón de sugerencias	Poco interés de los representantes en crear un buzón de sugerencias.
Satisfacción del cliente en relación a la atención.	La satisfacción del cliente es regular.	Por falta de un servicio de calidad.

4. ESTABLECER SOLUCIONES

4.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Capacitación de los personales	No realizan capacitaciones a los colaboradores.	Contratar a un especialista en atención al cliente para que realice las capacitaciones para brindar una atención de primera, de esa manera el cliente se sentirá satisfecho por el servicio adquirido.
Tiempo establecido para atender al cliente	No cuentan con un horario establecido desde que el trabajador toma el pedido del cliente hasta la entrega.	Realizar una lista de los potajes de comida que se ofrece y calcular cuánto tiempo se demora en preparar cada una de ellas y compartir la información con todos los trabajadores, de esa manera al momento de tomar el pedido se dará conocimiento al cliente.
Buzón de sugerencias vía online	No cuentan con un buzón de sugerencias	Crear un buzón de sugerencias vía web para generar mayor comunicación con los clientes, tener en cuenta las sugerencias y reclamos para seguir mejorando en cada error cometido.
Satisfacción del cliente en relación a la atención.	La satisfacción del cliente es regular.	Analizar cada uno de las actividades que se realiza para la entrega de una calidad de servicio e identificar los errores para eliminarlos.

4.2. Estrategias que se desean implementar

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Realizar capacitaciones a los colaboradores en atención al cliente.	No cuentan con presupuesto para contratar un especialista.	6 meses	Mejora en cuanto a la calidad de servicio que se brinda.	Analizar los resultados en cuanto a la atención al cliente después de las capacitaciones para seguir reforzando mediante capacitaciones.
2	Realizar una lista de los potajes de comida que se ofrece y calcular cuánto tiempo se demora en preparar cada una de ellas	Poco interés en los trabajadores	2 meses	Tendrán conocimiento todos los colaboradores y los clientes	Lograr y superar el tiempo establecido para evitar la incomodidad del cliente.
3	Crear un buzón de sugerencias vía online	No cuentan con un buzón de sugerencias por falta de interés.	6 meses	Mayor comunicación con los clientes y eliminar los errores que se estaban cometiendo al momento de atenderlos.	Atender cada sugerencia o reclamo de los clientes.
4	Analizar las actividades que se realiza para la entrega de una calidad de servicio	Poco conocimiento para aplicar una gestión de calidad, lo aplican de manera empírica.	1 año	Entrega de un servicio de calidad	Identificar los errores que se siguen cometiendo en cada proceso de actividad.

4.3. Recursos para la implementación de las estrategias

Talento humano

Recursos económicos

Recursos tecnológicos

Tiempo

N°	Estrategias	Recursos humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Realizar capacitaciones a los colaboradores en atención al cliente.	Contratar un especialista	s/. 1,500 mensuales	Proyector Laptop	6 meses
2	Realizar una lista de los potajes de comida que se ofrece y calcular cuánto tiempo se demora en preparar cada una de ellas	Cocinero	s/. 1,300 mensuales	Computadora	3 meses
3	Crear un buzón de sugerencias vía online	Ingeniero de sistema (estudiante)	s/. 950 mensuales	Computadora	6 meses
4	Analizar las actividades que se realiza para la entrega de una calidad de servicio	Administrador (a) egresado	s/. 2,500 mensuales	Computadora	1 año

4.4.Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Año 2020											
				E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1	Realizar capacitaciones a los colaboradores en atención al cliente.	01-01-20	30-06-20												
2	Realizar una lista de los potajes de comida que se ofrece y calcular cuánto tiempo se demora en preparar cada una de ellas	01-01-20	30-03-20												
3	Crear un buzón de sugerencias vía online	01-01-20	30-06-20												
4	Analizar las actividades que se realiza para la entrega de una calidad de servicio	01-01-20	30-12-20												

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, son de género femenino, tienen un grado de instrucción secundario. También son los mismos dueños del negocio y llevan a cargo de 7 años a más.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas llevan en el rubro de 7 años a más, tienen como finalidad generar ganancias y por ultimo cuentan con 3 a 5 trabajadores.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, los personales siempre están disponibles para escuchar las dudas y reclamos de los clientes, no es frecuente la capacitación en los personales para una buena atención al cliente, los personales son comprensivos y amables con los clientes, así mismo el cliente capta toda la información brindada por parte del personal. Por otra parte no cuentan con un tiempo establecido para atender al cliente, determinan que es importante la buena atención para el retorno del cliente al establecimiento, no cuentan con un buzón de sugerencias para los clientes, los personales no brindan una atención personalizada y el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos y agradables para los clientes.

Se elaboró el plan de mejora según los resultados obtenidos en la investigación con la finalidad de obtener estrategias para mejorar la atención al cliente, ya que los clientes cada vez son más exigentes.

RECOMENDACIONES

Capacitar a los colaboradores para obtener un mayor rendimiento en cada actividad que se realiza y para mejorar en la atención al cliente, ya que una buena atención que brinda una empresa se diferencia de la competencia, ayuda mejorar la imagen y captar más clientes, así mismo cumplir con las expectativas de los clientes.

Crear un buzón de sugerencias vía online para recibir los reclamos y sugerencias de los clientes, de esa manera siempre mantener un contacto con los clientes, así mismo, ayudarán a identificar los problemas o en que parte del proceso se está fallando para no brindar un servicio de calidad.

Aplicar el plan de mejora elaborado en esta investigación para conseguir un incremento de calidad, ya que según los resultados obtenidos se han encontrado varios problemas que existen en los restaurantes del distrito de Huaraz.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antunez Castillo, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micros y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey, 2016*. Huarmey: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Recuperado el 02 de septiembre de 2019, de file:///C:/Users/User/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(10).pdf
- Burbano, J. (2010). *Presupuestos*. Recuperado el 22 de agosto de 2019, de <https://catedrafinanciergs.file.wordpress.com/2015/03/burbano-presuestos-enfoque-de-gestic3b3n.pdf>
- Cano Saldaña, D. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente y la satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante: caso restaurante “la Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016*. Huarmey: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Recuperado el 03 de septiembre de 2019, de file:///C:/Users/User/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(12).pdf
- Cortes, J. (2017). *Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001)*. España: Editorial ICB. Recuperado el 21 de agosto de 2019, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349794&query=gestion%2Bde%2Bcalidad>
- Escandon Silva, L. (2017). *Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Recuperado el 02 de septiembre de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18362/1/Tesis-Leonardo-Escandon-Calidad-de-Servicios.pdf>
- Fontalvo. (2016). *La gestion avanzada de la calidad: metodologias eficaces para el diseño, implementacion y mejoramiento de un sistema de gestion de calidad*. Recuperado el 20 de agosto de 2019, de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=1017952>
- García Casermeiro, M. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor (UF0036)*. España: IC Editorial. Recuperado el 22 de agosto de 2019, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3211429&query=dimensiones+de+la+atencion+al+cliente>
- Guarnero Rico, J. (15 de 11 de 2012). Planeación, aseguramiento y control del cumplimiento de los requisitos de los clientes en la producción. *Grandes Pymes*. Recuperado el 16 de

- agosto de 2019, de <http://www.grandespyemes.com.ar/2012/11/15/sistemas-de-gestion-de-calidad-para-pequenas-y-medianas-empresas-2/>
- Huallpahuake Neponoceno, G. (2015). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes de dos tenedores - Huaraz, 2014*. Huaraz: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Recuperado el 01 de septiembre de 2019, de [file:///C:/Users/User/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20\(11\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(11).pdf)
- Inacal. (04 de febrero de 2016). Inacal adapta ISO 9001 para elevar calidad de mipymes peruanas. *Gestión*, pág. 01. Recuperado el 20 de agosto de 2019, de <http://gestion.pe/empresas/inacal-adapta-iso-9001-elevar-calidad-mipymes-peruanas-2153989>
- Laur Garcia, M., & Degrossi, M. (2018). *Alimentos y bebidas: su gerenciamiento en hoteles y restaurantes (2a. ed.)*. España: Ugerman Editor. Recuperado el 23 de agosto de 2019, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5486876&query=definicion+de+restaurantes>
- Lopez Regalado, O. (2009). *Restaurante*. Recuperado el 15 de agosto de 2019, de <http://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/restaurante-36969636>
- Montecinos, A. (04 de marzo de 2015). Planificación del Turismo Gastronómico Sostenible, Servicios, Rutas, Productos, y Destinos. *Gastroperegrino*. Recuperado el 20 de agosto de 2019, de <https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2015/03/04/evalua-restaurantes-de-manera-profesional-2/>
- Perez Rios, C. (2014). *La calidad de servicio al cliente y su influencia en los resultados economicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC- Chiclayo*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Recuperado el 21 de agosto de 2019, de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/203/1/TL_Perez_Rios_CynthiaKatterine.pdf
- Perez, J., & Gardey , A. (2014). *El sistema de gestion de calidad*. España: El trebol.
- Ponce Mamani, M. (2018). *Características de la gestion de calidad en atención al cliente de las Mypes del sector servicio, rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y region de Tacna, 20117*. Juliaca: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Recuperado el 01 de septiembre de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4059/GESTION_DE_C

CALIDAD_MYPE_ATENCION_AL_CLIENTE_PONCE_MAMANI_MAGALY_DE
L_ROSARIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rivero. (2010). *ProInversión*. Recuperado el 23 de agosto de 2019, de Mi pequeña empresa crece: Guía para el desarrollo de la micro y pequeña: www.uss.edu.pe/uss/eventos/JovEmp/pdf/Myype.pdf
- RPP Noticias. (18 de mayo de 2016). Gestión. *La calidad en la atención al cliente*. Recuperado el 17 de agosto de 2019, de <https://rpp.pe/economia/negocios/la-calidad-en-la-atencion-al-cliente-noticia-963323>
- Sanchez Lafuente, A. (2011). *Servicio y atención al cliente en restaurante (UF0259)*. España: IC Editorial. Recuperado el 22 de agosto de 2019, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3211590&query=dimensiones+de+la+atencion+al+cliente>
- Sanchez Torres, R., & Chavez Principe, N. (2013). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante "El encuentro" de la ciudad de Huaraz, utilizando estándares derivados de las buenas practicas, 2013*. Huaraz. Recuperado el 21 de agosto de 2019, de <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/view/139/892>
- Sunat. (2014). *Definición de la micro y pequeña empresa*. Recuperado el 22 de agosto de 2019, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>
- Torres Gomez, C. (2018). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: IC Editorial. Recuperado el 22 de agosto de 2019, de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5810067&query=dimensiones+de+la+atencion+al+cliente>
- Villacorta Aredo, H. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurante, urbanización los jardines, Trujillo, 2018*. Trujillo: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Recuperado el 1 de septiembre de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9253/CALIDAD_CLIENTE_VILLACORTA_AREDO_HILDER_EVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Yamakawa, P., Del Castillo, C., Baldeon, J., Espinoza, L., Granda, J., & Vega, L. (2010). *Modelo tecnológico de integración de servicios para la mype peruana*. Lima: Ada Ampuero. Recuperado el 15 de agosto de 2019, de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2010/10/20/libro%20mype%201.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	AÑO 2018								AÑO 2019							
		SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto													X			
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación													X			
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación													X			
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación													X			
5	Mejora del marco teórico y metodológico													X			
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de Información													X			
7	Elaboración del consentimiento informado (*)													X			
8	Recolección de datos													X			
9	Presentación de resultados														X		
10	Análisis e Interpretación de los resultados														X	X	
11	Redacción del informe preliminar															X	
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															X	
13	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación																X
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																X
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (ESTUDIANTE)			
CATEGORIA	BASE	% O NUMERO	TOTAL (S/.)
SUMINISTROS			
• Impresiones	0.30	40	12.00
• Fotocopias	0.10	50	5.00
• Empastado	40.00	1	40.00
• Papel bond. (500 hojas)	0.40	500	200.00
• Lapiceros	0.50	4	2.00
SERVICIOS			
• Uso de turnitin	50.00	2	100.00
SUB TOTAL			359.00
GASTOS DE VIAJE			
Pasajes para recolectar información	60.00	4	240.00
Pasajes para asistir en tutorías presenciales	50.00	18	900.00
SUB TOTAL			1,140.00
TOTAL DE PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			1,499.00
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (UNIVERSIDAD)			
CATEGORIA	BASE	% O NUMERO	TOTAL (S/.)
SERVICIOS			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación0 de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
SUB TOTAL			400.00
RECURSO HUMANO			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
SUB TOTAL			252.00
TOTAL DE PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE			652.00
TOTAL S/.			2,151.00

Anexo 3: Lista de restaurantes

N°	NOMBRE COMERCIAL	RUC	PROPIETARIO	FECHA DE INSCRIP.	VÍA	NOMBRE DE VÍA	N°
1	RESTAURANT GIORDANI	10423083064	ARANIVAR REGALADO DE MATIAS, SONIA OLGA	19/05/2009	Jr.	FRANCISCO BOLOGNESI	296
2	RESTAURANTE VERTIENTES	10406612479	ALBORNOZ DEXTRE, BERONICA NINFA	12/07/2011	AV	RAYMONDI	490
3	RESTAURANT QUE DELICIA	10705678257	ATOC SHOCUSH, RUBEN HILARIO	28/02/2011	Jr.	CARAZ	846
4	RESTAURANTE SABOR HUANOQUEÑO	10468022970	AYALA MEDINA, JOEL ARTURO	21/08/2015	Av.	28 DE JULIO	634A
5	RESTAURANT ROBLES	10316322412	BARRETO VDA DE ROBLES, ROMULA	08/07/2003	Av.	LUZURIAGA	425
6	RESTAURANT PETERS	10409198347	BEDON CASTRO, PETER IBERNON	26/10/2005	Jr.	SAN MARTIN	794
7	RESTAURANTE JEANCARLO	10448242833	BOJORQUEZ LEON, FLOR DE MARIA CECILIA	19/04/2006	Av.	28 DE JULIO	514
8	RESTAURANT MANOS ANDINAS	10440659042	BRITO BARRETO, CRISTIAN JESUS	10/09/2013	Jr.	JULIAN DE MORALES	823
9	RESTAURANT LA DELICIA	10316304716	CACHA ANTIGUA, RODRIGO TEODORO	31/05/2001	Av.	RAYMONDI	T03N
10	RESTAURANTE TERESITA	10316727609	CARBAJAL PUMASHONCO, ESPERANZA DIONISIA	14/08/2008	Av.	FRANCISCO BOLOGNESI	274
11	RESTAURANT EL CENTRO	10802080650	CHACON DUEÑAS, LUIS RAFO	31/10/2005	Jr.	28 DE JULIO	570
12	RESTAURANT KORY	10086255460	CHACON DUEÑAS, LUIS RAFO	31/10/2005	Av.	LUZURIAGA	652
13	RESTAURANT LA ROMANTICA	10411035773	CLEMENTE TORRES, ADOLFO LEONID	04/06/2012	Jr.	JUAN DE LA CRUZ ROMERO	
14	RESTAURANTE SHARON	10801087791	DEPAZ PONTE, MARGARITA REYNA	01/09/2010	Jr.	CARAZ	216
15	RESTAURANT JEFFERSON	10413028014	ESPINOZA BLAS, CLELIA GLADYS	22/01/2015	Av.	TARAPACA	S.N
16	RESTAURANTE BETTY	10408919784	EVARISTO SALAS, HUGO CEFERINO	10/03/2008	Jr.	CARAZ	843
17	RESTAURANT YEFER	10409149567	GOMEZ APONTE, MARCOS	20/03/2019	Av.	ANTONIO RAYMONDI	S.N
18	RESTAURANT GONZALES	10316543842	GONZALES LEON, PAULINA FRANCISCA	09/05/2015	Av.	AGUSTIN GAMARRA	456
19	RESTAURANT EL RANCHO	10316280311	HUAMAN -, ZORAIDA INES	31/08/2009	Jr.	COMERCIO	953
20	RESTAURANTE ZARIK	10436625052	HUERTA GAMEZ, LESLY CAROL	05/02/2014	Jr.	SIMON BOLIVAR	812
21	RESTAURANT DON HUGO	10320436686	JARA FIDEL, HUGO ROMAN	02/10/2015	Jr.	SIMON BOLIVAR	719
22	REST."CALLEJON DE HUAYLAS"	10316394871	JESUS CHINCHAY, CARMEN YOLANDA	14/08/1993	Jr.	13 DE DICIEMBRE	704
23	RESTAURANT MAYELY	10316747961	JESUS CHINCHAY DE OSORIO, LUCY PILAR	19/03/2008	Jr.	COMERCIO	207
24	RESTAURANTE PATITO AMARILLO	10320441213	MAYHUAY COLONIA, FRANCISCO DIONICIO	27/02/2007	Plg.	PROLONG. ANTONIO RAYMONDI	1162
25	RESTAURANT LAS PUYAS	10316529149	MEJIA CACHA, JULIA JOSEFINA	31/03/2005	Jr.	JULIAN DE MORALES	535
26	RESTAURANT DEYSY	10316412047	ÑIVIN RURUSH, BIBIANA CEFERINA	28/06/2005	Jr.	CAJAMARCA	106
27	RESTAURANT RANCHEROS	10476407783	PANDURO PALLA, NERVITH MAYELA	12/01/2017	Av.	28 DE JULIO	688
28	RESTAURANT YHOSET	10316177994	RAPREY HUERTA, FELIX MARCELINO	29/10/2007		VILLON BAJO	S.N
29	RESTSTAUANT LISBETH	10322697401	RIMAC VEGA, TEOLINDA JULIA	05/08/2009	Av.	ANTONIO RAYMONDI	S/N
30	RESTAURANT DENIS	10316379473	ROSALES , LUCIA VICTORIA	21/12/2011	Plg.	PROL. ANTONIO RAYMONDI	
31	PICANERIA GEMINIS	10316254051	SANTOS DE CALVO, NELLY	06/07/2006		PARQUE GINEBRA	S.N
32	REST, SABOR HUARACINO	10436007286	TARAZONA ASENCIOS, JESUS JOHNY	14/04/2005	Jr	13 DE DICIEMBRE	752
33	RESTAURANT ROSANA	10316033780	TORRES LOPEZ, GLICERIO	05/08/2005	Plg.	PROLONG. A. RAYMONDI	1122

Anexo 4: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

CUESTIONARIO APLICADO A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS EN EL DISTRITO DE HUARAZ, 2019.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurant y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019; para obtener el título licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione:

I. GENERALIDADES 1.1. REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS. 1. Edad a) De 18 a 30 años. b) De 31 a 50 años. c) De 51 años a más. 2. Género a) Femenino b) Masculino 3. ¿Cuál es su grado de instrucción? a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitario e) Superior universitario 4. ¿Cuál es el cargo que ocupa en la empresa? a) Dueño b) Gerente 5. ¿Cuánto tiempo desempeña en la empresa? a) 0 – 3 años b) 4 – 6 años c) 7 años a mas	II. REFERENTE A LAS CARACTERISTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS 1. ¿Cuánto tiempo de permanencia tiene la empresa en el rubro? a) 0 – 3 años b) 4 – 6 años c) 7 años a mas 2. ¿Cuál es el objetivo de la empresa? a) Generar ganancias b) Subsistencia 3. ¿Cuántos trabajadores existen en la empresa? a) 1 – 2 trabajadores b) 3 – 5 trabajadores c) 6 a más trabajadores III. REFERENTE A LA VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE 1. ¿Aplica la gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes? a) Si b) A veces c) No
---	--

2. ¿El personal siempre está disponible para escuchar las consultas y reclamos de los clientes? a) Si b) A veces c) No 3. ¿El personal está capacitado para la atención al cliente? a) Si b) A veces c) No 4. ¿El personal es comprensivo y amable con el cliente? a) Si b) A veces c) No 5. ¿El cliente comprende toda la información brindada por el personal? a) Si b) A veces c) No 6. ¿Existe algún tiempo establecido para atender al cliente? a) Si b) A veces c) No	7. ¿Crees que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente? a) Si b) A veces c) No 8. ¿La empresa cuenta con un buzón de sugerencias? a) Si b) A veces c) No 9. ¿El trabajador brinda una atención personalizada? a) Si b) A veces c) No 10. ¿El establecimiento, equipos y herramientas son de agrado para el cliente? a) Si b) A veces c) No
---	---

Anexo 5: Hoja de trabajo

DESCRIPCIÓN	ITEM	PREGUNTA	RESPUESTA	TABULACIÓN (REPRESENTANTES)																																	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA								
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33										
CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES	1	Edad	De 18 a 30 años	1				1											1																		4	12.12%								
			De 31 a 50 años	1	1	1				1	1	1	1				1	1	1	1				1	1	1	1				1	1	1	1	22	66.67%										
			De 51 años a mas	1				1				1	1											1				1	1	1	1				1	1	1	1	7	21.21%						
		TOTAL																																		33	100.00%									
	2	Género	Femenino	1	1				1	1	1				1	1				1	1	1				1	1	1	1	1	1				1	1	1	1	20	60.61%						
			Masculino	1				1				1	1				1	1				1	1				1	1	1	1	1				1				13	39.39%						
			TOTAL																																		33	100.00%								
		3	Grado de instrucción	Sin instrucción																																		0	0.00%							
	Primaria			1	1				1				1				1				1				1	1	1				1				1	10	30.30%									
	Secundaria			1				1				1	1				1				1				1	1	1	1				1	1	1	14	42.42%										
	Superior no univ.			1				1	1				1				1				1	1	1	1				1	1	1	1	1	1	7	21.21%											
	Superior univ.			1												1																					2	6.06%								
	TOTAL																																			33	100.00%									
	4	Cargo que ocupa	Dueño	1	1	1	1				1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				1	26	78.79%								
			Gerente	1				1				1											1				1											1	7	21.21%						
			TOTAL																																		33	100.00%								
		5	Tiempo que desempeña	0 - 3 años	1				1											1																		4	12.12%							
	4 - 6 años			1				1				1											1				1																		7	21.21%
	7 años a mas			1	1				1				1	1	1	1	1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	66.67%									
	TOTAL																																			33	100.00%									
CARACTERÍSTICAS DE LA MYPE	1	Tiempo de permanencia en el mercado	0 - 3 años	1				1																		1											2	6.06%								
			4 - 6 años	1				1											1																		4	12.12%								
			7 años a mas	1	1				1				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	81.82%										
		TOTAL																																		33	100.00%									
	2	Objetivo de la empresa	Generar ganancia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	33	100.00%									
			Subsistencia																																		0	0.00%								
	TOTAL																																		33	100.00%										
	3	Cantidad de trabajadores	1 - 2 trabajadores	1				1																										2	6.06%											
			3 - 5 trabajadores	1	1	1				1											1	1	1	1	1	1				1	1	1	1	1	1	17	51.52%									
			6 a mas trabajadores	1				1				1	1	1	1	1				1											1	1	1	1				1	14	42.42%						
	TOTAL																																		33	100.00%										

DESCRIPCIÓN	ITEM	PREGUNTA	RESPUESTA	TABULACIÓN (REPRESENTANTES)																																	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33		
CARACTERÍSTICAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE	1	¿Aplica la gestión de calidad en la atención que brinda a sus clientes?	Si	1	1				1				1			1	1		1	1	1		1			1	1					1		1	14	42.424%		
			A veces			1	1							1	1							1				1	1								7	21.212%		
			No					1		1	1	1					1						1						1	1	1	1		1	1	12	36.364%	
			TOTAL																																	33	100.00%	
	2	¿El personal siempre está disponible para escuchar las consultas y reclamos de los clientes?	Si		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31	93.94%		
			A veces	1					1																										2	6.06%		
			No																																0	0.00%		
			TOTAL																																	33	100.00%	
	3	¿El personal esta capacitado para la atención al cliente?	Si			1	1		1		1		1			1		1	1	1			1	1	1									12	36.364%			
			A veces	1	1							1		1	1	1		1				1	1	1		1						1	1	1	15	45.455%		
			No					1		1																			1	1	1	1			6	18.182%		
			TOTAL																																	33	100.00%	
	4	¿El personal es scomprensivo y amable con el cliente?	Si	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28	84.85%		
			A veces		1		1															1	1	1										5	15.15%			
			No																																0	0.00%		
			TOTAL																																	33	100.00%	
	5	¿El cliente comprende toda la información brindada por el personal?	Si	1			1	1	1		1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27	81.82%			
			A veces		1	1				1									1	1														1	6	18.18%		
			No																																0	0.00%		
			TOTAL																																	33	100.00%	
	6	¿Existe algún tiempo establecido para atender al cliente?	Si	1				1	1	1	1	1	1											1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	36.36%		
			A veces		1		1							1	1																			4	12.12%			
			No			1									1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					1	1	1	1	1	1	17	51.52%		
			TOTAL																																	33	100.00%	
	7	¿Crees que la atención es fundamental para el regreso del cliente??	Si	1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	23	69.70%		
			A veces									1	1	1				1	1					1	1							1	1	1	10	30.30%		
			No																																0	0.00%		
			TOTAL																																	33	100.00%	
	8	¿La empresa cuenta con un buzón de sugerencia?	Si				1												1	1	1	1					1	1	1					8	24.24%			
			A veces																															0	0.00%			
			No	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1					1	1	1	1			1	1	1	1	25	75.76%			
			TOTAL																																	33	100.00%	
	9	¿El trabajador brinda una atención personalizada?	Si																							1	1	1	1					4	12.12%			
			A veces	1	1	1												1	1	1	1	1											9	27.27%				
			No				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1						1	1	1	1				1	1	1	1	1	20	60.61%			
			TOTAL																																	33	100.00%	
	10	¿El establecimiento, equipos y herramientas son atractivos para el cliente?	Si	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1		1	1		1	1	1	1	1	1	1				1	1	21	63.64%		
			A veces					1	1							1	1	1		1			1	1					1	1	1	1		12	36.36%			
			No																															0	0.00%			
			TOTAL																																	33	100.00%	

Anexo 6: Figuras

1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

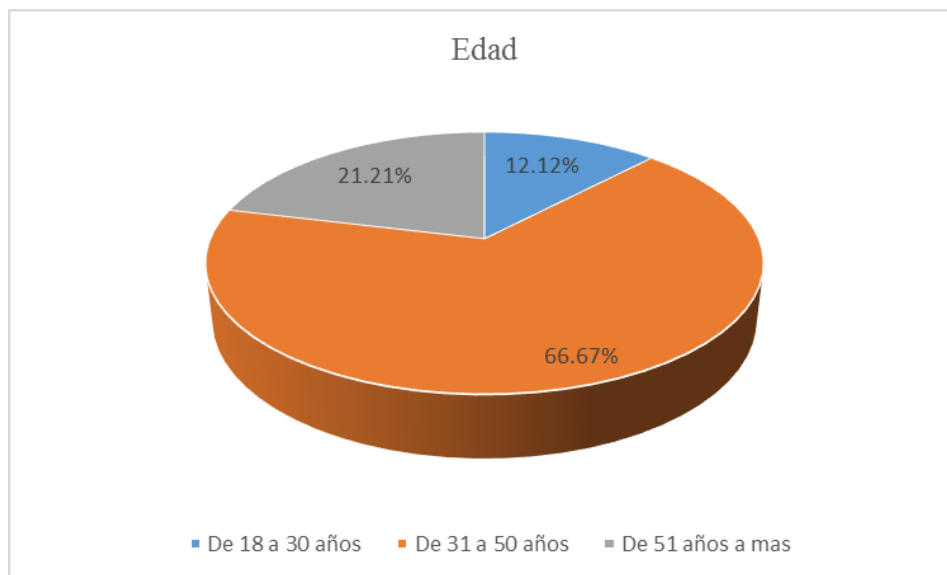


Figura 1. *Edad de los representantes de las MYPE*
Fuente. Tabla 1

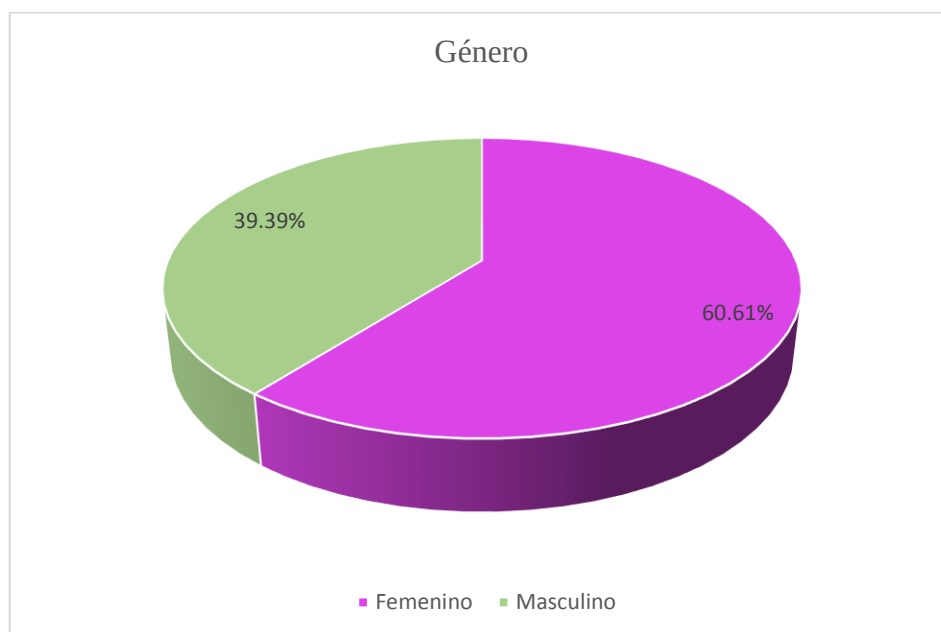


Figura 2. *Género de los representantes de las MYPE..*
Fuente. Tabla 1

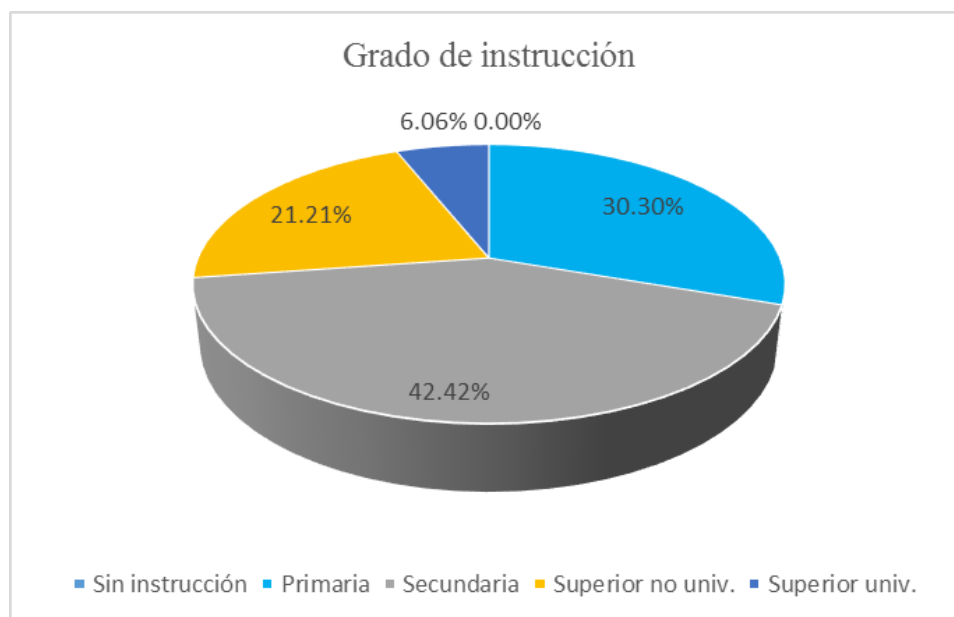


Figura 3. *Grado de instrucción de los representantes de las MYPE.*
Fuente. Tabla 1

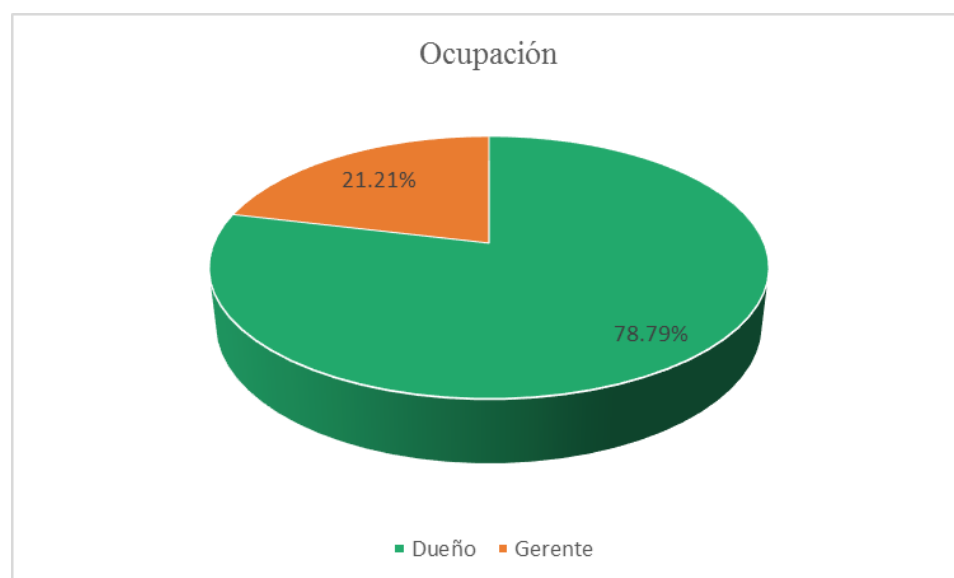


Figura 4. *Ocupación*
Fuente. Tabla 1

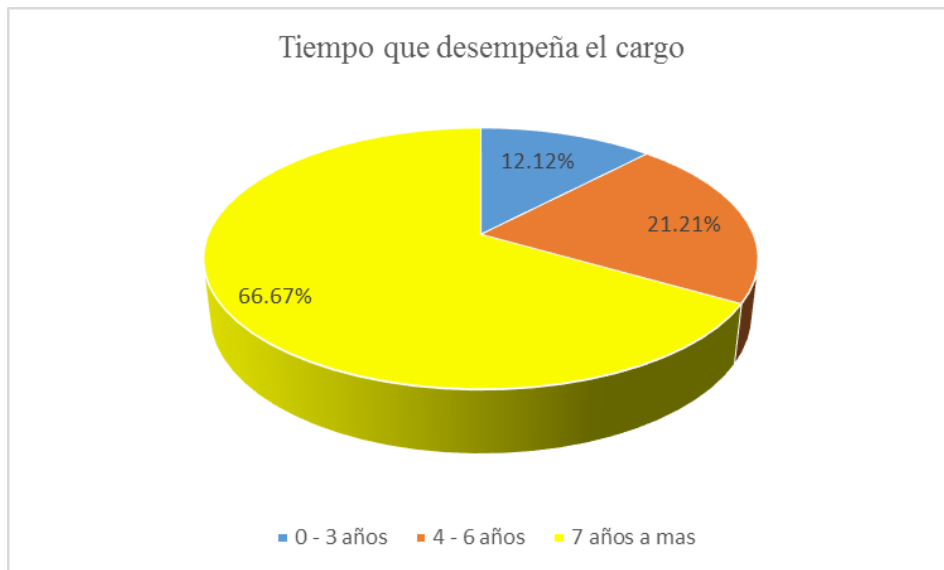


Figura 5. *Tiempo que desempeña en el cargo*
Fuente. Tabla 1

2. Características de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

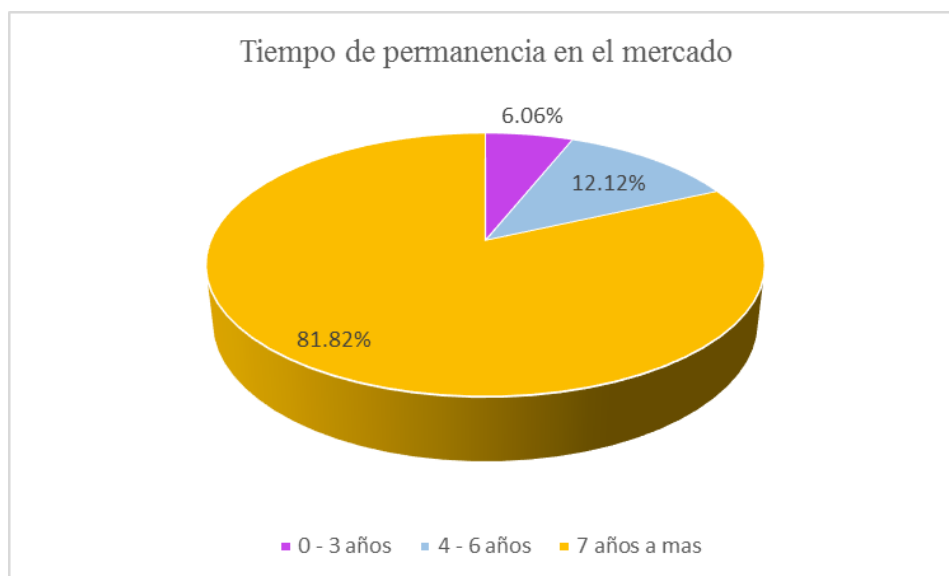


Figura 6. *Tiempo de permanencia en el mercado*
Fuente. Tabla 2



Figura 7. *Objetivo de la MYPE*
Fuente. Tabla 2

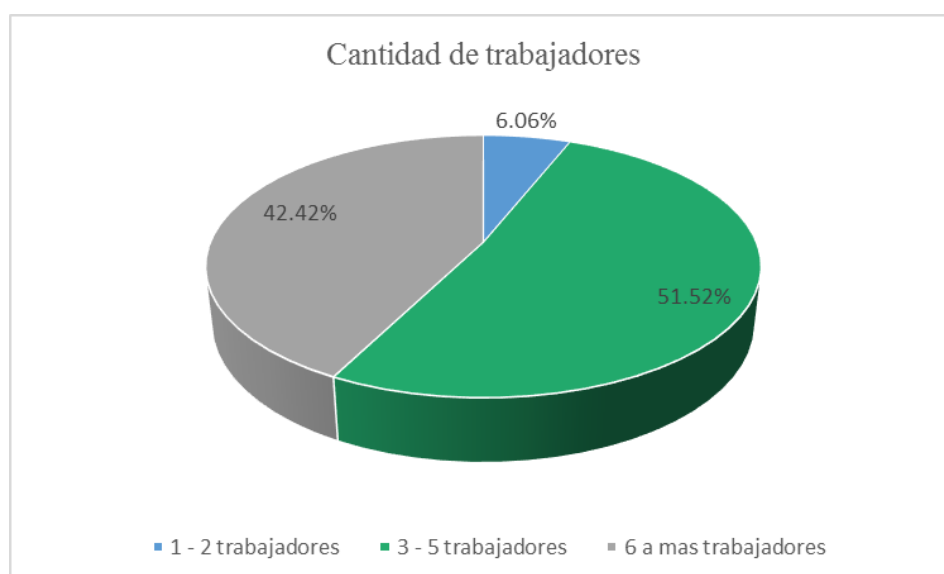


Figura 8. *Cantidad de trabajadores*
Fuente. Tabla 2

3. Características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en los restaurantes y de servicio móvil de comidas en el distrito de Huaraz, 2019.

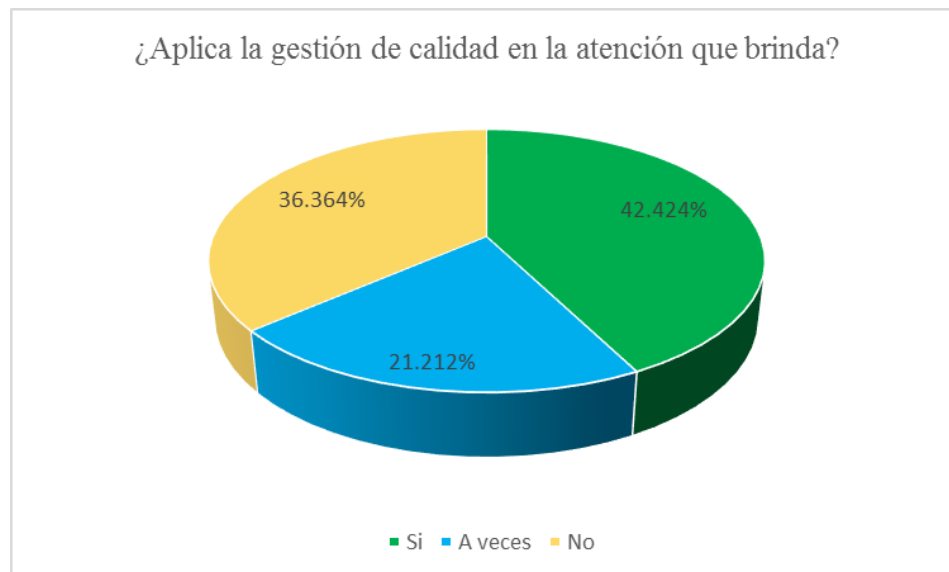


Figura 9. *Aplicación de la gestión de calidad*
Fuente. Tabla 3



Figura 10. *Disponibilidad para escuchar los reclamos.*
Fuente. Tabla 1

¿El personal esta capacitado para la atención al cliente?

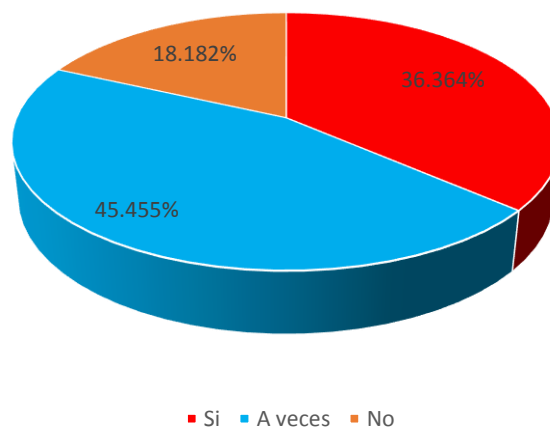


Figura 11. *Trabajador capacitado*
Fuente. Tabla 3

¿El colaborador es comprensivo y amable con el cliente?

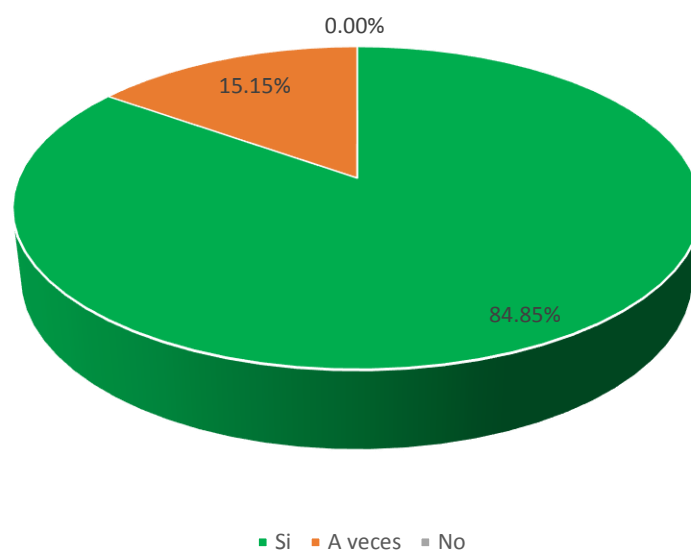


Figura 12. *El colaborador es comprensivo y amable.*
Fuente. Tabla 3



Figura 13. *El cliente comprende toda la información brindada.*
Fuente. Tabla 3

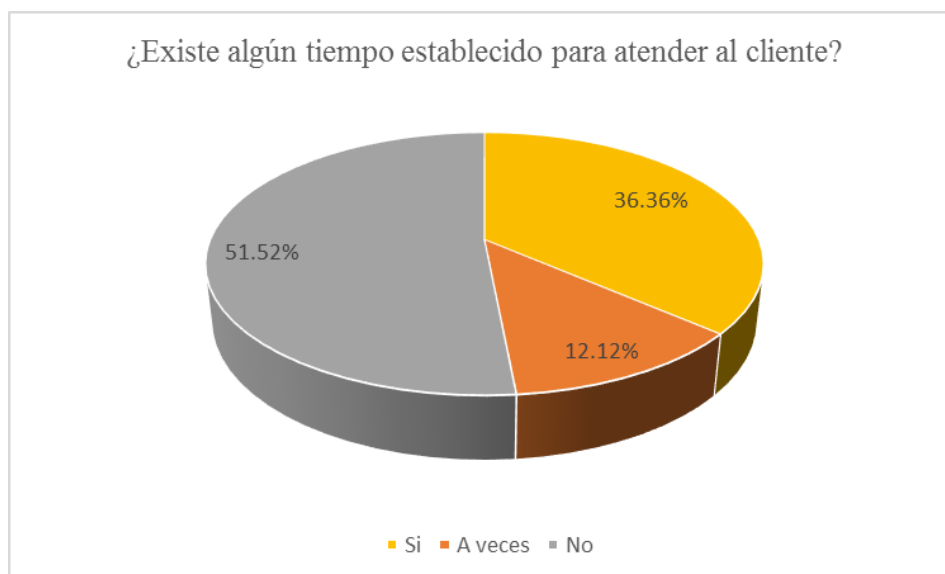


Figura 14. *Tiempo establecido para atender al cliente.*
Fuente. Tabla 3

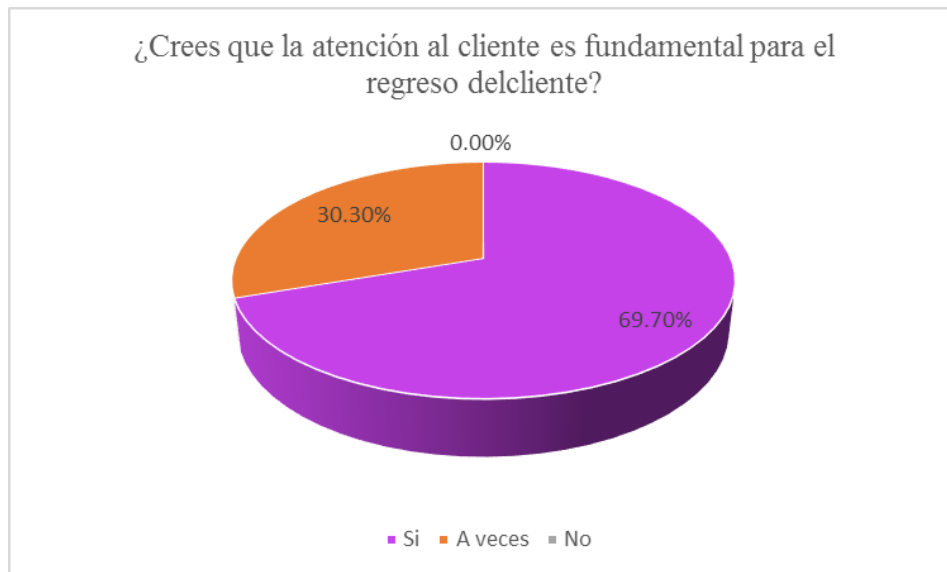


Figura 15. *La atención es fundamental para el regreso del cliente.*
Fuente. Tabla 3

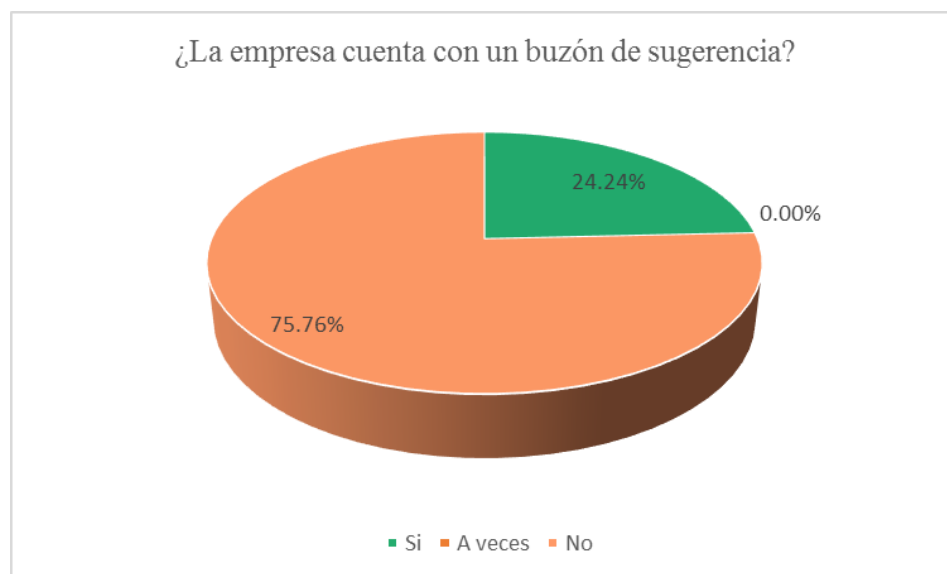


Figura 16. *Cuenta con un buzón de sugerencia.*
Fuente. Tabla 3

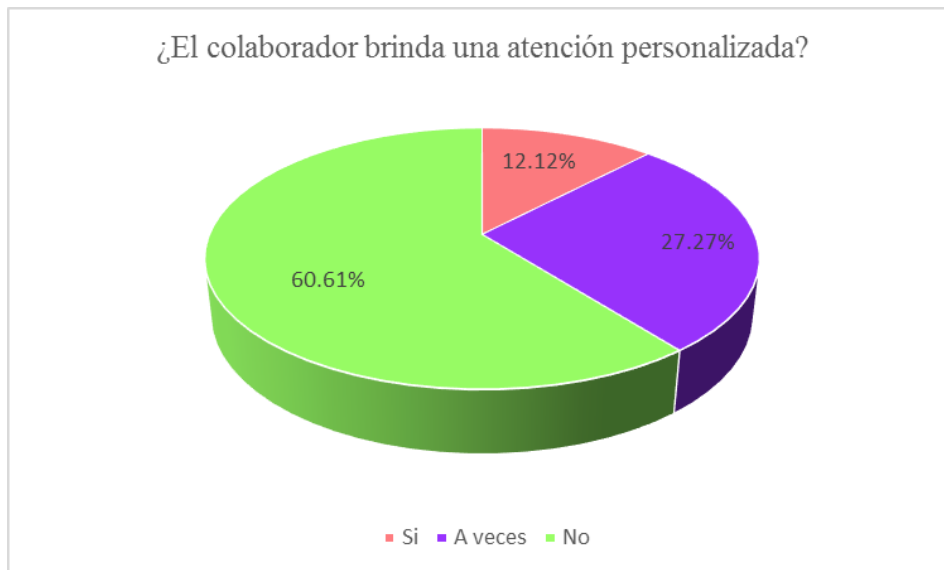


Figura 17. *Atención personalizada.*
Fuente. Tabla 3

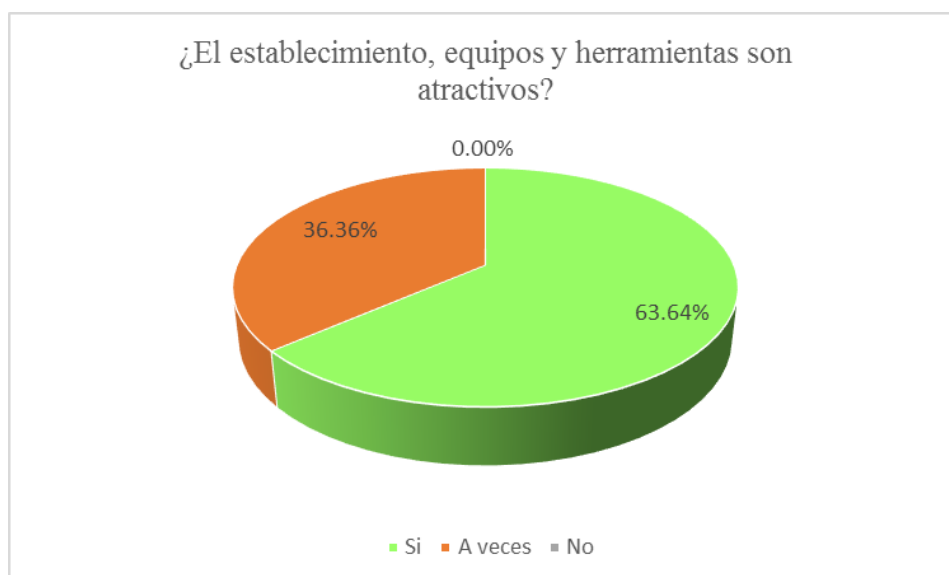


Figura 18. *Establecimiento, equipos y herramientas atractivos.*
Fuente. Tabla 3