



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO CAFETERÍAS, CALLERÍA -
CORONEL PORTILLO, 2021.**

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

AUTORA

LÓPEZ PINEDO, MELISSA
ORCID: 0000-0002-6226-1324

ASESORA

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA
ORCID: 0000-0002-5034-7024

PUCALLPA – PERÚ

2021

TÍTULO DE LA TESIS.

Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería – Coronel Portillo, 2021.

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Melissa López Pinedo

ORCID: 0000-0002-6226-1324

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

ASESORA

Lizbeth Giovanna, Ralli Magipo

ORCID: 0000-0002-5034-7024

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

JURADO

Zenozain Cordero Carmen Rosa

Código Orcid: 0000-0001-6079-2319

Presidente

Espinosa Otoya Victor Hugo

Código Orcid: 0000-0002-7260-5581

Miembro

Limo Vasquez Miguel Angel

Código Orcid: 0000 0002 7575-3571

Miembro

HOJA DE FIRMA DEL JURADO

Zenozain Cordero Carmen Rosa
ORCID: 0000-0001-6079-2319
Presidente

Espinosa Otoyá Victor Hugo
ORCID: 0000-0002-7260-5581
Miembro

Limo Vasquez Miguel Angel
ORCID: 0000 0002 7575-3571
Miembro

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna
ORCID: 0000-0002-5034-7024
Asesora

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por guiarme y darme la oportunidad de realizar y culminar este proyecto, dándome salud y vitalidad para afrontarlo.

A mis padres, por el amor y paciencia demostrados en todos estos años de estudios, que gracias a ellos pude cumplir con mi sueño anhelado.

RESUMEN

En la presente investigación se tuvo como problemática la atención al cliente para la gestión de calidad, por ello tuvimos como objetivo general determinar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, teniendo un alcance en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021. La metodología que se usó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo bajo un diseño no experimental. Se consideró como población y muestra la cantidad de 05 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, donde se ha encuestado a 05 empresarios. Se llegó a la conclusión que, la mayoría de los representantes tuvieron algo de conocimiento de gestión de calidad, más de la mitad utilizaba la técnica moderna de atención al cliente, las dificultades que impedían la implementación de gestión de calidad fue que no se adaptaban al cambio. Además, la empresa no tenía una atención rápida, ni tampoco mantenía un registro de sugerencias para mejorar, obteniendo el resultado por no mantener un protocolo de atención establecido. Impidiendo alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa. El presente trabajo ayudó a mejorar los aspectos deficientes con respecto a la atención al cliente como también fortalecer los procesos de gestión que se lleva en la empresa.

Palabras Claves: Atención al cliente, Cafeterías, Calidad, Gestión, MYPE.

ABSTRACT

In this research, customer service for quality management was considered as a problem, for this reason we had as a general objective to determine the proposal for improving customer service for quality management, having a scope in micro and small companies in the region. commerce sector, cafeteria category, Callería - Coronel Portillo, 2021. The methodology used was quantitative, descriptive level under a non-experimental design. It was considered as a population and shows the number of 05 micro and small businesses in the commerce sector, coffee shops, Callería - Coronel Portillo, where 05 entrepreneurs have been surveyed. It was concluded that, most of the representatives had some knowledge of quality management, more than half used the modern technique of customer service, the difficulties that prevented the implementation of quality management was that they did not adapt to the change. In addition, the company did not have a quick service, nor did it keep a record of suggestions for improvement, obtaining the result for not maintaining an established service protocol. Preventing reaching the objectives and goals set by the company. This work helped to improve the deficient aspects regarding customer service as well as strengthen the management processes carried out in the company.

Keywords: Customer service, Cafeterias, Quality, Management, MYPE.

INDICE DE CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS	ii
2. EQUIPO DE TRABAJO	iii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO	iv
4. AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA.....	v
5. RESUMEN Y ABSTRACT.....	vi
6. INDICE DE CONTENIDO.....	viii
7. INDICE DE TABLAS.....	ix
8. INDICE DE FIGURAS	x
I. INTRODUCCION.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	3
2.1 Antecedentes de la investigación	3
2.2 Bases Teóricas y Conceptuales	13
III. HIPOTESIS.....	23
IV. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
4.1 Diseño de la Investigación	24
4.2 Población y Muestra.....	25
4.3 Definición y Operacionalización de Variables	27
4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	29
4.5 Plan de análisis de datos.....	29
4.6 Matriz de Consistencia.....	30
4.7 Principios Éticos	31
V. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	33
5.1 Resultados.....	33
5.2 Analisis de los Resultados	59
VI. CONCLUSIONES Y ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	66
6.1 Conclusiones.....	66
6.2 Aspectos Complementarios	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS.....	76
Cronograma de Actividades	76
Presupuesto	77
Instrumento de recolección de datos	78
Consentimiento Informado	80

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Definición y operacionalización de variables e indicadores</i>	27
<i>Tabla 2 Matriz de consistencia de la investigación</i>	29
<i>Tabla 3 Resultados</i>	33
<i>Tabla 4 La empresa tiene una atención rápida y oportuna</i>	38
<i>Tabla 5 La empresa registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente</i>	39
<i>Tabla 6 El café que brinda la empresa es de calidad y tiene muy buen sabor</i>	40
<i>Tabla 7 El cliente está satisfecho por el servicio brindado</i>	41
<i>Tabla 8 La empresa ha cumplido sus expectativas en atención</i>	42
<i>Tabla 9 El ambiente acogedor en la empresa incrementa la aceptación</i>	43
<i>Tabla 10 La empresa se encuentra ubicada en un lugar accesible</i>	44
<i>Tabla 11 La atención realizada por el personal es de calidad en los servicios ofrecidos</i>	45
<i>Tabla 12 Los colaboradores son confiables al momento de la atención</i>	46
<i>Tabla 13 El cliente está satisfecho con la atención recibida</i>	47
<i>Tabla 14 El cliente encuentra en el personal la actitud de servicio deseada</i>	48
<i>Tabla 15 La atención brindada al cliente es la correcta</i>	49
<i>Tabla 16 La empresa cumple con las necesidades de los clientes</i>	50
<i>Tabla 17 En la empresa el líder promueve el trabajo en equipo</i>	51
<i>Tabla 18 En la empresa se encuentra al personal comprometido con su trabajo</i>	52
<i>Tabla 19 La empresa mejora continuamente en la gestión de calidad</i>	53
<i>Tabla 20 La empresa ofrece compensaciones y reconocimientos por los logros alcanzados</i>	54
<i>Tabla 21 El personal va mejorando continuamente su calidad de atención</i>	55
<i>Tabla 22 La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta Diagrama de Flujo para su gestión de calidad</i>	56
<i>Tabla 23 La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta diagrama de Pareto para su gestión de calidad</i>	57
<i>Tabla 24 La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta histograma para su gestión de calidad</i>	58

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 4 La empresa tiene una atención rápida y oportuna.....</i>	<i>38</i>
<i>Figura 5 La empresa registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente.....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 6 El café que brinda la empresa es de calidad y tiene muy buen sabor.....</i>	<i>40</i>
<i>Figura 7 El cliente está satisfecho por el servicio brindado.....</i>	<i>41</i>
<i>Figura 8 La empresa ha cumplido sus expectativas en atención</i>	<i>42</i>
<i>Figura 9 El ambiente acogedor en la empresa incrementa la aceptación.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 10 La empresa se encuentra ubicada en un lugar accesible.....</i>	<i>44</i>
<i>Figura 11 La atención realizada por el personal es de calidad en los servicios ofrecidos.....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 12 Los colaboradores son confiables al momento de la atención.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura 13 El cliente está satisfecho con la atención recibida.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura 14 El cliente evalúa encuentra en el personal la actitud de servicio deseada.....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 15 La atención brindada al cliente es la correcta.....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 16 La empresa cumple con las necesidades de los clientes.....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 17 En la empresa el líder promueve el trabajo en equipo.....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 18 En la empresa se encuentra al personal comprometido con su trabajo.....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 19 La empresa mejora continuamente en la gestión de calidad.....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 20 La empresa ofrece compensaciones y reconocimientos por los logros alcanzados</i>	<i>54</i>
<i>Figura 21 El personal va mejorando continuamente su calidad de atención.....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 22 La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta Diagrama de Flujo para su gestión de calidad.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 23 La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta diagrama de Pareto para su gestión de calidad.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura 24 La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta histograma para su gestión de calidad.....</i>	<i>58</i>

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad muchas de las MYPES constituyen una unidad económica importante para el Perú, es por ello el interés de mejorar sus procesos administrativos ya que todos buscan su mejora continua. En el sector comercio del distrito de Callería, no se han centrado en la satisfacción al cliente como eje principal para el crecimiento de la empresa. Aplicando el enfoque de la calidad se obtendría ser más competitivo, mejores ingresos y conseguir mantener satisfecho en sus expectativas de los clientes. Rosas (2019), señaló que la mayoría de las empresas en todo el país no cuentan con un adecuado control de calidad de servicio al cliente, lo que limita su crecimiento y desarrollo en el mercado. Los consumidores, por otro lado, tienen muchas opciones para elegir los productos y servicios de la empresa que compran. Por lo tanto, el personal del restaurante debe tener en cuenta la importancia de la retención de clientes a través del servicio para que puedan canjear el producto en cualquier momento.

Es por ello, ante toda la problemática expuesta se formuló la siguiente pregunta ¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021?, teniendo como objetivo principal determinar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021, en sus objetivos específicos tenemos, detallar la atención al cliente, identificar la atención de calidad y realizar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, teniendo como justificación aportar conocimiento en atención al cliente de tal forma que el micro y pequeño empresario conozca la

importancia que esta tiene en su empresa para poder emplearlo en ella. La metodología de investigación fue del tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal y descriptiva, con una población de 05 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Distrito de Callería. La muestra estuvo conformada por 05 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Distrito de Callería. Se llegó a la conclusión que, la mayoría de los representantes tienen algo de conocimiento de gestión de calidad, más de la mitad utiliza la técnica moderna de atención al cliente, las dificultades que impiden la implementación de gestión de calidad es que no se adaptan al cambio. Además, la empresa no tiene una atención rápida, ni tampoco mantiene un registro de sugerencias para mejorar, obteniendo el resultado por no mantener un protocolo de atención establecido. Impidiendo alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa. El presente trabajo ayudó a mejorar los aspectos deficientes con respecto a la atención al cliente como también fortalecer los procesos de gestión que se lleva en la empresa.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Marín, Sanabria y Sánchez (2019), *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet)*, para optar el grado de especialista en Gerencia de la Calidad de la Universitaria Agustiniiana Facultad de Ingeniería Especialización en Gerencia de la Calidad, Colombia, donde el autor tiene como objetivo principal generar una propuesta de implementación de un sistema de gestión de calidad alineada a la norma ISO 9001-2015, para el restaurante la Cafetería en Connecta, enfocados al mejoramiento continuo del proceso administrativo y comercial. Se utilizaron tres tipos de investigación, la primera es de tipo descriptiva, la segunda de tipo documental y la tercera Investigación de campo o diseño de campo. Como conclusión el investigador menciona que se logró establecer e identificar el Rol y responsable de las actividades, así como la documentación y herramientas de medición necesarias para el seguimiento y control. Se logró identificar oportunidades de mejora en el proceso comercial, por lo tanto, se realiza análisis de diagnóstico actual del restaurante en temas de marketing mediante las 5P's del marketing, identificando precios actuales y metodología comercial actual del restaurante.

Cárdenas (2019), *Análisis de la calidad del servicio de atención al cliente en café lúcuma para un plan de mejora*, para optar el grado de licenciado en hotelería y turismo en la universidad de Guayaquil facultad de comunicación social carrera hotelería y turismo, donde el autor tuvo como objetivo principal determinar la calidad del servicio al cliente que existe en Café Lúcuma de Rio centro los ceibos de

Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto en lo cuantitativo se calificó con puntuaciones de percepción y expectativa respecto a cada característica del servicio evaluada y la obtención de la información se realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en Café Lúcumá encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones de respuesta inmediata y empatía.

Velásquez (2019), *Propuesta de estrategias para mejorar la atención y el servicio al cliente en el restaurante rosita ubicado en la ciudad de Guayaquil*, para optar el grado de ingeniería comercial de la Universidad de Guayaquil facultad de ciencias administrativas, escuela de ingeniería comercial, donde el autor tiene como objetivo principal proponer estrategias para el mejoramiento de los procesos productivos, la calidad del servicio en atención al cliente del restaurante Rosita, ubicado en la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación es el proceso mixto, el cual se encuentra enfocado en estudiar los fenómenos. Se concluye indicando que las teorías investigadas y descritas en la presente investigación sustentan de manera adecuada los procedimientos realizados, de modo que se constata que la aplicación de las bases teóricas presentes en la investigación han permitido el desarrollo del análisis de la situación de la empresa, el diseño de las estrategias para la solución de deficiencias, así como la evaluación financiera para la aplicación de la propuesta, a fin de que el restaurante Rosita pueda tomar la decisión de aplicar lo propuesto en este documento para la mejora del servicio y la atención a los clientes, problema que a futuro puede acarrear ventas insuficientes sino se toman medidas de control.

López (2018) en su tesis: “*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil*”, para optar el título de “Magister en Administración de Empresas”. El objetivo principal es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy’s encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo demostrar que existe una reciprocidad positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizaron estudios cualitativos mediante entrevistas en profundidad para conocer mejor las variables de investigación, y se pudo evidenciar la falta de capacitación y motivación por parte de la empresa para los empleados. Una vez que se conocen los hallazgos clave, se proponen programas de capacitación y calidad para el personal de servicio para obtener una ventaja competitiva dentro de la empresa. El autor arribo a las siguientes conclusiones: Los avances en este estudio muestran que el servicio al cliente es muy importante para cualquier negocio y su éxito depende de ello. Para las organizaciones, siempre es una buena idea estar satisfecho para que los clientes puedan recomendar lugares de buena comida y servicio. Se ha demostrado que existe una relación positiva significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. En otras palabras, una alta calidad de servicio conduce a una mayor satisfacción del cliente y una menor calidad de servicio conduce a una menor satisfacción del cliente. Siempre es una buena idea contentarse con poder recomendar.

Barragán (2016) en su tesis: “*Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en Azuca Beach, Azuca Latin Bistro y Q restaurant, y Sugerencias de Mejora*”, disertación previa a la obtención del título de ingeniería en gestión hotelera. El presente proyecto de investigación tiene como objetivo; Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. La metodología de investigación es descriptiva para evaluar la calidad del servicio y atención al cliente en tres restaurantes: Azuca Beach, Azuca Latin Bistro y Q restaurant., ubicados en la Plaza Foch sitio turístico y de entretenimiento de la ciudad de Quito. Como resultado, propuso mejorar tanto el servicio como el ambiente de trabajo para lograr un desempeño exitoso en la operación del restaurante. El autor llega a la siguiente conclusión: En cuanto al uso del sistema de medición de la calidad utilizado, se ha encontrado ajustado y consistente con los resultados requeridos para la adquisición, pero se deben agregar otras medidas de medición, como la medición entre el momento en que el cliente llega a la instalación y el momento en que se recibe el pedido solicitado, afectando la percepción de los servicios prestados.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Albildo (2019) , *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la avenida Sánchez Carrión distrito de el porvenir, 2018*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, donde el autor tiene como objetivo principal determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión distrito de El

Porvenir, 2018. El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. Con una población muestral de 12 pollerías en la Avenida Sánchez Carrión en el distrito de El Porvenir, para la recolección de datos se utilizó el cuestionario el cual consta de 23 preguntas que, la investigación concluye mencionando que para las pymes en estudio, tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, pero afirman que si conocen termino atención al cliente, Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y que han logrado una fidelización del cliente.

Ríos (2019), *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes ubicados en el mall plaza Trujillo, año 2019*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, donde el autor tiene como objetivo principal determinar las características de Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las Mypes del sector servicio-rubro restaurantes ubicados en el Mall Plaza Trujillo, año 2019. Se empleó el diseño de investigación, no experimental – Transversal – Descriptiva – bajo la inspección del educador tutor., Se concluyó indicando que la mayoría conoce de gestión de calidad (100.00%), la mayoría brinda una mala atención por los empleados (56.25%), la mayoría simple brinda una excelente atención al cliente logrando la satisfacción de los clientes (37.50%).

Cano (2017), *Gestión de Calidad de la Atención al Cliente y la Satisfacción en la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la Ciudad de Huarney, 2016; en Chimbote*, para optar el grado académico de maestro en administración en la Universidad Católica

los Ángeles de Chimbote, el objetivo de la investigación fue determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016. Para esta investigación se valió de la metodología cuantitativa, descriptivo y correlacional no experimental d corte transversal; la investigación concluyó afirmando que, el 43% afirma que el nivel de atención al cliente es excelente, el 72% afirma que el nivel de satisfacción es excelente, Sí existe relación entre las variables dado la prueba chi-cuadrado de 71.058 que es mayor a 9.490.

Parrilla (2018) en su tesis: *La gestión de la calidad y la competitividad en las Mypestre del sector comercio rubro bodegas del Distrito de Hualmay, Provincia de Huaura, 2018*, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. La presente tesis tiene como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y la competitividad. La metodología de la investigación es cuantitativo transversal, no experimental, se cómo muestra 88 Mypes, utilizando la técnica de encuesta con 23 preguntas en total divididas en grupo: representantes de micro y pequeñas empresas, y características de las mismas teniendo como resultado que la mayoría de personas que representa este tipo de empresa son del género femenino con un 68% , y con edad de más de 50 años en un 64 %, también se puede decir que las personas que laboran son particulares en un 68%. Las empresas en su mayoría identifican a sus potenciales clientes en un 57 % casi siempre y un 34% siempre lo hacen. El autor arribó a la siguiente conclusión: Respecto a los representantes de pequeñas y pequeñas empresas, puede consultar a un representante de la bodega y sacar una conclusión.

Los representantes son en su mayoría mujeres y el promedio es de 50 años son dueños del negocio. Las actividades comerciales de la empresa son las mismas, sobre las características de las pequeñas y medianas empresas. Según las características de las Mypes del rubro bodega menos de 5 trabajadores y la mayoría de empresas de Hualmay está registrado como persona física. Sobre la Gestión de la calidad una parte significativa del Sector comercial-zona de bodegas en el distrito de Hualmay para la identificación de clientes, propone potenciales y consecuentes estrategias de mejora. Y sobre la competitividad se puede concluir que conocen lo que viene a ser competitividad y tratan de capacitarse de acuerdo al tema para poner en práctica en sus respectivas empresas, esto quiere decir que directa o indirectamente la mayoría de empresas usan herramientas para poder ser competitivas en el mercado sector comercio rubro bodega, así mismo, se puede decir que en la localidad de Hualmay el 100% de las Mypes de dicho rubro tienen conocimiento sobre el producto que ofrece la competencia. La competitividad hace desarrollar al mercado y a la localidad de manera significativa.

Panduro (2019) en su tesis: *“Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las Mypes del sector servicio, rubro hoteles ecológicos, Región Ucayali, año 2019”*, tesis para optar el título profesional de licenciado en administración. El presente proyecto de investigación tiene como objetivo general determinar si las Mypes del sector servicio, rubro hoteles ecológicos, Región Ucayali año 2019, Mypes de hoteles ecológicos, tiene que ver con el control de calidad y la efectividad del proceso de gestión para asegurar su presencia en el mercado general, tiene que ver con la efectividad del proceso de gestión para lograr el control de calidad y posicionamiento en el mercado. La metodología es de naturaleza mixta y

nivel descriptivo; El diseño del estudio no fue experimental, transversal y descriptivo. Se examinaron 7 Mypes del sector y se tomó el 100% de las muestras. La herramienta aquí fue un cuestionario que constaba de 18 preguntas dirigidos a las Mypes de los hoteles ecológicos. El autor arribó a las conclusiones siguientes: En cuanto a los datos generales del sector servicios, los hoteles ecológicos, los pequeños emprendedores de la Región de Ucayali son hombres y tienen una edad media (40 a 49 años) para liderar la organización. Con respecto a la gestión de calidad, están posesionados más de 6 años en el mercado. Al implementar un sistema de gestión de calidad generara mayor eficiencia, mejora en la gestión de procesos, satisfacción al visitante y un buen clima laboral. Con respecto a los procesos administrativos, las microempresas cumplen a cabalidad una planeación haciéndolo factible y permanente en el mercado. El papel principal del proceso de gestión es resolver los problemas que surgen de la gestión para conseguir visitantes satisfechos. Esto conducirá a una mayor rentabilidad y éxito.

2.1.3. Antecedentes locales

Carihuasari (2018), *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro librería, distrito de Callería, año 2018*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, donde el autor tiene como objetivo principal determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las Mypes del Sector Comercial, Rubro Librería, distrito de Callería, año 2018. La cual fue desarrollada mediante la metodología de una investigación tipo descriptivo simple, no experimental, transversal, se utilizó un cuestionario estructurado por 20 preguntas, la investigación concluyo detallando que los propietarios de las Mypes que colaboraron

en el estudio, no son en su totalidad egresados de la carrera de administración, más bien hay una variedad en ese aspecto, ya que cierta parte son contadores, técnicos u otra profesión, lo daría como resultado que desconozcan de la gestión de calidad que valla de acuerdo a su negocio.

Domínguez (2018), *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro restobar, distrito de Yarinacocha, año 2018*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, donde el autor tiene como objetivo principal determinar la gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro restobar, distrito de Yarinacocha, año 2018, La metodología de investigación fue de tipo mixta (cuantitativa y cualitativa), nivel descriptivo y de diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Se utilizó la técnica de la encuesta y un cuestionario estructurado de 22 preguntas. La investigación concluye mencionando que la mayoría realiza capacitación a su personal y tienen establecidos ciertos protocolos de servicio; existiendo la buena práctica de realizar supervisión de calidad a los servicios ofrecidos; sin embargo, sólo el 54,5% evalúa en su personal la actitud de servicio y no realiza una retroalimentación del nivel de satisfacción de sus clientes.

Vela (2018), *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurant, distrito de Callería, año 2018*, para optar el título profesional de licenciada en administración en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, donde el autor tiene como objetivo principal determinar la Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del Sector Servicios, rubro Restaurant, distrito de Callería, año 2018, La metodología de investigación fue del

tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal, descriptiva y correlacional. Se aplicó un cuestionario estructurado de 19 preguntas con la técnica de encuesta, la investigación concluyo indicando que la mayoría (58,8%) de los microempresarios utilizan las “redes sociales” como medio de comunicación para llegar a su cliente.

López (2018), *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes del sector servicios, rubro cafeterías, distrito de Callería, año 2018*, trabajo de investigación para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, la metodología que se utilizó se caracterizó por ser del tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal y descriptiva. En el trabajo de campo se desarrolló una encuesta donde se aplicó un cuestionario estructurado de 15 preguntas entre abiertas y cerradas obteniendo los siguientes resultados: Teniendo la pregunta ¿Considera necesaria la aplicación de técnicas para la Atención al Cliente para su cafetería? Donde se muestra que el 100% (6) de las empresas considera necesaria la aplicación de técnicas para la atención al cliente, ¿Usted cree que mejorar en atención al cliente en su cafetería ayudaría a crear ventajas entre otras cafeterías? Donde se muestra que el 100% (6) de las empresas creen que mejorar en atención al cliente en su cafetería ayudaría a crear ventajas entre otras cafeterías, Es por ello que, se concluye que las mypes del Sector Servicios, rubro Cafeterías, distrito de Callería, año 2018, tienen la necesidad del uso de esta herramienta de mercadeo denominada atención al cliente ya que es de mucha importancia para competir en el mercado, teniendo en cuenta que encontramos un mercado donde las empresas mayormente se encuentran enfocadas en la atención.

Ojanama (2018), *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytía, región Ucayali, año 2018*, para optar el título Profesional de Licenciada en administración de la facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables Escuela Profesional de Ciencias Administrativas Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, donde el autor tiene por objetivo, diagnosticar si las Mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytía, región de Ucayali, año 2018 aplican gestión de calidad a expectativas del cliente. Para el desarrollo del trabajo la investigación será de tipo descriptivo, nivel cuantitativo con un diseño no experimental descriptivo, para adquirir la información se encuestara a 18 Mypes del sector, de una población total de 37, donde se aplicó un temario de 18 preguntas dirigido a los dueños, gerentes y/o encargados donde se obtuvo los siguientes resultados: De la gestión de calidad de las Mypes, nos indican que si conocen los documentos de gestión utilizando el 38.9% un plan de trabajo, se entiende que existe una gestión planificada para realizar sus funciones en el sector.

2.2. Bases Teóricas De La Investigación

Variable Gestión de calidad

Gestión de calidad

Según Becerra (2019) señala el que el sistema de gestión de la calidad es aquella parte del sistema de gestión relacionada con la calidad, y es una herramienta que permite formar una estructura organizativa de fácil manejo mediante el diseño de procesos, subprocesos y actividades.

Según Hernandez y Barrios (2018) mencionan que la gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente, según Chacón (2018) señala que la implantación de un Modelo de Calidad tiene un papel transformador otorgando un valor agregado al servicio, con su impacto en la eficiencia organizacional, mejoramiento continuo, control o reingeniería de procesos y optimización de recursos, aumento del desempeño y productividad. Sánchez (2019) describe que la gestión de la calidad total a una estrategia de gestión empresarial que consiste en el estudio y valoración del concepto de calidad en cada una de las fases de un proceso de producción. La finalidad es la mejora constante de bienes y servicios ofertados y la consecución de mayor satisfacción del cliente.

Elementos de la gestión de calidad

Monroy (2019) señala que, si un cliente está satisfecho con lo que recibe, te ayudará a atraer muchos más clientes y si, además, reconoce que estás buscando siempre servir mejor porque vives el sistema de gestión de calidad, la confianza de tu cliente se incrementará y te convertirás en su aliado estratégico. Además, Monroy (2019) señala los elementos de gestión de calidad.

- **Satisfacción al cliente:** Según Peiró (2018) describe que la satisfacción del cliente es esencial para una empresa puesto que ahí radica que siga consumiendo los productos y servicios de esa marca y que la pueda recomendar a otro tipo de usuarios.

- **El liderazgo:** según Fernández (2018) señala que el liderazgo es la clave para

que una empresa, departamento o proyecto de cualquier ámbito funcione. Sin embargo, encontrar a personas que desarrollen su liderazgo de forma acertada en un equipo no es una tarea fácil.

- **Participación del personal genera mayor compromiso:** Millán (2019) señala que la participación de los trabajadores en los procesos de mejoras, implica que se les faciliten recursos y que sientan que no solo tienen la responsabilidad de afectar los resultados, sino también el poder para hacerlo.
- **Mejora continua:** Para Orellana (2017) menciona que el proceso de mejora continua es la ejecución constante de acciones que mejoran los procesos en una organización, minimizando al máximo el margen de error y de pérdidas.

Herramientas de la gestión de calidad

Según Hernández (2017) señala que las herramientas son denominaciones dadas a un conjunto fijo de técnicas gráficas identificadas como las más útiles en la solución de problemas relacionados con la calidad. Además, señala que se llaman básicas porque son adecuadas para personas con poca formación en materia de estadística, también pueden ser utilizadas para resolver la gran mayoría de las cuestiones relacionadas con la calidad.

- **Diagrama de flujo:** Pensa (2020) señala que este tipo de diagrama tiene un enfoque análogo al mapeo de flujo de valor. Este tipo de prácticas se basa en construir signos de bloques y flechas para dar información acerca de las etapas de un proceso. Además, el diagrama se compone en función de los siguientes ítems. Sus etapas representadas por rectángulos, sus puntos de decisión o bifurcaciones representadas por rombos, desde inicio a fin representada por óvalos. De esta manera, se conectarán todos los elementos por medio de flechas secuenciales.

- **Diagrama de Pareto:** Según Parra (2019) señala que el diagrama de Pareto es una gráfica que organiza valores, los cuales están separados por barras y organizados de mayor a menor, de izquierda a derecha respectivamente. Además, su finalidad, es hacer visibles los problemas reales que están afectando el alcanzar los objetivos de la empresa y reducir las pérdidas que esta posee.

- **Histogramas:** Según Westreicher (2020) señala es la representación gráfica de un grupo de datos estadísticos. Estos, agrupados en intervalos numéricos o en función de valores absolutos. Además, el histograma es entonces un gráfico que permite mostrar cómo se distribuyen los datos de una muestra estadística o de una población para tomar las mejores decisiones.

Herrera (2010) menciona que para alcanzar la ejecución de los procedimientos de gestión de calidad en las compañías la norma ISO 9000 tiene 8 elementos que consiguen ser manejados con la finalidad de direccionar las compañías con visión de hacer las cosas cada día mejor con el trabajo, a continuación, los siguientes principios de la gestión de la calidad:

- **Enfoque al cliente:** El enfoque al cliente es el primer principio de los Sistemas de Gestión de calidad. La Norma ISO 9001 ha reservado el primer lugar para este principio puesto que la política de objetivos y calidad de la organización se basan en dicho principio. El enfoque consiste en satisfacer las necesidades de los clientes, incluyendo también las expectativas. ISO 9001 (2015)
- **Liderazgo:** Según Burns (1978) indica: “El liderazgo es uno de los fenómenos sobre la tierra más observados y menos entendidos” (citado en Guibert, 2010, pág. 186). Han sido muchas las investigaciones en torno al

concepto, a continuación, veremos algunas de las definiciones que se han propuesto sobre el término de líder y liderazgo, aunque Bass (1990) afirma que hay tantas definiciones del concepto de líder como personas han intentado definirlo (citado en Sánchez, 2010, pág.22) Participación del personal.

El liderazgo es un proceso altamente interactivo y compartido, en éste los miembros de todos los equipos desarrollan habilidades en un mismo proceso; implica establecer una dirección, visión y estrategias para llegar a una meta, alineando a las personas y al mismo tiempo motivándolas. (citado en Gómez-Rada, 2002, pág. 64).

- **Enfoque basado en el proceso:** El enfoque basado en procesos es uno de los principios de la calidad. Este enfoque basado en procesos parte de la premisa de que un resultado que se desea alcanzar se consigue de forma más eficiente cuando las actividades a realizar y los recursos necesarios se gestionan como un proceso. Por lo tanto, este enfoque basado en procesos postula que, si quieres obtener un resultado al menor coste posible, gestiona las actividades y recursos que necesitas como un proceso.
- **Enfoque de sistema para la gestión:** Después de varias entradas sobre otros temas que espero hayan sido de su interés, hoy retomo la línea de los principios del Sistema de Gestión de Calidad, con el quinto principio y no por esto menos importante: el enfoque de sistema para la gestión. Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la efectividad de la organización y a la eficiencia en alcanzar sus objetivos. Hay que implantar un sistema de gestión válido y consistente en

toda la compañía:

- Se debe documentar.
- Los datos e información, estarán a a disposición de todos los miembros de la organización.
- Los miembros de la organización deben ser instruidos en la gestión del sistema de procesos, en particular del suyo, y en general del resto. En otras palabras, ha de documentarse cada proceso y procedimiento de la organización. Esta información ha de estar clasificada de forma coherente y accesible a quien corresponda su estudio, examen o revisión.
- **Mejora continua:** La mejora continua es un proceso basado en el trabajo en equipo y orientado a la acción, que promulga que el camino de mejora hacia la perfección es propiedad y debe ser conducido por todos los individuos de la organización (Kaizen, 1986). Implica, tanto la implantación de un sistema como el aprendizaje continuo de la organización, el seguimiento de una filosofía de gestión, y la participación activa de todas las personas. Diversas son las definiciones recogidas en la bibliografía consultada:

Deming (1989) refiere que la administración de la calidad total requiere de un proceso constante que será llamado mejoramiento continuo, donde la perfección nunca se logra, pero siempre se busca.

Para Harrington (1993) mejorar un proceso significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable; qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso. En tanto para Kabboul (1994) el mejoramiento continuo es una conversión en el mecanismo viable y accesible en el que las empresas de los países en vías de desarrollo cierren la

brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado.

Variable Atención al cliente

Según Goodman (2014), en su libro titulado “Atención estratégica al cliente”, toda estrategia, para desarrollar y vender un producto o servicio, o para entrar a un mercado nuevo, depende mucho de la satisfacción de los clientes. La clave para sobrevivir, crecer y ganar todo en el mundo es, y será, lograr que los clientes estén conformes y cumplan sus expectativas.

Cortés (2017) señala que el servicio al cliente en el proceso de venta no debe ser confundido con la satisfacción del cliente. El autor afirma que el servicio al cliente es un proceso relacionado fundamentalmente con la logística, por el cual se proporciona al cliente un producto concreto, es un momento temporal. La satisfacción al cliente, es un proceso más amplio que abarca, además de servicio al cliente, otros aspectos no relacionados con el servicio, si no con la concepción del producto, que le permita al cliente satisfacer su necesidad.

Teoría de las dimensiones de atención al cliente

- **Dimensiones expectativas del cliente:** Según Kotler (2003) manifiesta que: La "esperanza" que tienen los clientes de conseguir algo. Las expectativas del cliente se generan por los efectos de una o más de estas cuatro situaciones:

1. La misma empresa promete los beneficios de un producto o servicio.
2. Experiencia de compra previa.
3. Opiniones de amigos, familiares, conocidos, líderes de opinión (por ejemplo, artistas).
4. Promesas de la competencia. Donde sea que dependa su empresa,

debe tener cuidado al establecer expectativas exactas. Por ejemplo, si sus expectativas son demasiado bajas, no podrá atraer suficientes clientes.

Pero si es demasiado alto, el cliente se sentirá decepcionado.

- **Dimensión Calidad percibida:** Son numerosos los autores, investigadores y expertos que han aportado su propia definición de calidad en base a diversos criterios y al contexto histórico del momento a lo largo del tiempo. Como resultado, actualmente no existe un consenso general sobre esa definición. (Seth 2005. p 913). (2005). Según Reves (1994) manifiesta que: Es posible confirmar que la búsqueda de una definición universal de calidad ha fracasado. Sin embargo, casi todas las contribuciones al concepto de calidad pueden agruparse en cuatro categorías:

1. Calidad como excelencia.
2. Calidad como especificación.
3. Calidad como valor.
4. Calidad como satisfacción del usuario. (p 419).

- **Dimensión Fidelidad del cliente:** Según Hernández (2015) cita a Jacoby y Kyner, 1973; Delgado, 2004 quienes manifestaron que: El concepto de fidelidad fue tratado de manera diferente en los estudios realizados. Hay tres enfoques principales: comportamiento, actitud y una combinación de los dos. En este sentido, la definición de lealtad incluye inicialmente los aspectos psicológicos de valoración y toma de decisiones que configuran actitudes y sentimientos hacia una marca, y luego se convierte en un comportamiento de compra efectivo y repetitivo.

- **Dimensión Quejas de los Clientes:** Incluso las mejores empresas están quebradas porque es difícil predecir los deseos y expectativas de cada cliente.

Aunque la mayoría de los grupos objetivos están satisfechos con la oferta, a menudo sucede que algunos tienen defectos en el producto o servicio ofrecido. No se pueden excluir errores ocasionales en la producción, suministro o entrega. Startuip (2018).

Mypes

Según la ley 28015 (2013), la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada a la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Importancia de las Mypes

Aspilcueta (2011), las Mypes son un segmento importante en la generación de empleo, es así que más del 80% de la población económicamente se encuentra trabajando y genera cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumidas cuentas, la importancia de las MYPES como la principal fuente de generación del empleo y alivio de la pobreza se debe a:

- Proporcionan abundantes puestos de trabajo
- Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos
- Incentiva el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población
- Son la principal fuente de desarrollo del sector privado
- Mejoran la distribución del ingreso
- Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Marco conceptual

Calidad: Alcalde (2007) la calidad es satisfacer las necesidades de los clientes e incluso superar las expectativas que estos tienen puestas sobre el producto o servicio, de esta manera un cliente gratamente satisfecho volverá a consumir nuestro producto e incluso recomendárselo a otros posibles clientes (p.6).

Gestión de Calidad: Chicana (2017) Indica que “la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones”. (p.36).

Satisfacción: Kotler y Keller (2006). “La satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.23).

Servicio: Fisher y Navarro (1994) comenta “es un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que ofrece servicios”. (p. 185)

Servicio al cliente: “Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.” Kotler (2003).

III. HIPOTESIS

La presente investigación titulada propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021., es de tipo descriptiva. Según Hernández (2013), indica que no todas las investigaciones descriptivas llevan hipótesis, depende del alcance. (pg.850).

IV. METODOLOGÍA.

4.1. Diseño de la investigación

Según Muñoz (2015), menciona que el diseño de investigación será no experimental, transversal porque no se manipulará la variable en estudio, se observará tal y como está en su contexto. Transversal porque solo se intervendrá una vez en la población para recoger los datos.

No experimental

Según Hernández (2003), la investigación no experimental es aquella en la que no se manipulan variables deliberadamente y no varían las variables independientes de manera intencional lo que hace ver el fenómeno tal y como sucede para después analizarlo.

Transversal

El diseño de estudios transversales se define como el diseño de una investigación observacional, individual, que mide una o más características o enfermedades (variables), en un momento dado. Según Sánchez (2013 Cap. 09)

Descriptivo

Según Tamayo y Tamayo (Pág. 35), en su libro Proceso de Investigación Científica, la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”.

Tipo De investigación

La investigación usada en este proyecto fue de tipo cuantitativo por que se demostró con estudios numéricos estadísticos e instrumentos de medición para comprobar teorías del objeto de estudio.

Para (Rivero, 2008), el autor nos menciona que, recoge información de cosas o aspectos que se pueden contar, pesar o medir y que por su naturaleza siempre arroja números como resultado.

Nivel De la investigación

El nivel de investigación fue descriptivo, Para (Supo, 2014), nos refiere que la investigación es descriptiva, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables de estudio y por qué se recolectan los datos en un solo momento y en un tiempo único y el propósito de analizar su incidencia en un contexto dado.

4.2. La Población y Muestra

4.2.1. La Población

La población estuvo compuesta por 05 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Distrito de Callería - Pucallpa, 2021.

Para Sergio (2009), señala que, universo es el conjunto de elementos – personas, objetos, sistemas, sucesos, entre otras – infinitos e infinitos, a los pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad, que es materia de investigación.

4.2.2. Muestra

La muestra fue no probabilística y estuvo conformada por un total de 05 micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro cafeterías que se encuentran activas, registradas en la base de datos de la Municipalidad Provincial de Coronel Portillo.

Para Cruz, Gonzales y Olivares (2014) “Una muestra es siempre un grupo más pequeño o un subconjunto dentro de una población.”

Criterio de Inclusión:

Se incluyeron a los 05 empresarios de las cafeterías del distrito de Callería, provincia de Coronel Portillo, que mostraron facilidad en acceso y disponibilidad para el desarrollo de la muestra.

Criterio de Exclusión:

Se excluyen a los empresarios que no se encuentren en el distrito de Callería y que no tuvieron disponibilidad para el desarrollo de la muestra.

Este estudio fue cuantitativo porque para la recolección de datos y la presentación de resultados se utilizaron procedimientos estadísticos y herramientas de medición a los que se refieren. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.5).

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
Atención al cliente	El Autor Serna (2006), manifiesta que, la atención al cliente es un conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de sus clientes externos que sus competidores. De esta Definición: Se infiere que el servicio al cliente es fundamental para el desarrollo de la empresa. (p 19-27).	Expectativas del cliente	Según Kotler (2003), manifiesta que: La "esperanza" que tienen los clientes de conseguir algo.	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Servicio 	Likert
		Calidad percibida	El juicio del usuario acerca de la excelencia o superioridad global de un producto o servicio. (Parasuraman et al., 1988)	<ul style="list-style-type: none"> • Personalización • Fiabilidad 	Likert
		Fidelidad del cliente	La definición de fidelidad, incluye aspectos psicológicos de valoración y toma de decisiones que configuran actitudes y sentimientos hacia una marca, y luego se convierte en un comportamiento de compra efectivo y repetitivo. Según Hernández (2015)	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción • Buen Servicio 	Likert
Gestión de calidad	Según Becerra (2019) señala el que el sistema de gestión de la calidad es aquella parte del sistema de gestión relacionada con la calidad, y es una herramienta que permite formar una estructura organizativa de fácil manejo mediante el diseño de procesos, subprocesos y actividades.	Elementos	La dimensión elemento se medirá con sus Indicadores “satisfacción del cliente, liderazgo, participación de personal, y la mejora continua” utilizando la técnica de la encuesta y el instrumento Cuestionario. Monroy (2019)	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción al Cliente • Liderazgo • Participación del Personal • Mejora continua 	Likert

		Herramientas	La dimensión herramienta se medirá con sus indicadores “El diagrama de flujo y diagrama de Pareto, histograma” utilizando la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario. Según Hernández (2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de flujo • Diagrama de Pareto • Histograma 	Likert
--	--	--------------	---	---	--------

Fuente: Elaboración propia

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnica

La técnica que se utilizó fue la encuesta, para analizar la información obtenida.

Para (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), según el autor define que “la técnica es la encuesta como una herramienta que permitirá obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.”

4.4.2. Instrumento

El instrumento utilizado fue el cuestionario semia estructurado con 20 preguntas. Para Fernández (2004), menciona que “el diseño del cuestionario es una etapa fundamental en el proceso metodológico de una encuesta, y por tanto su diseño es esencial para alcanzar los objetivos propuestos.”

4.5. Plan de análisis.

Para la siguiente investigación se realizó la recolección de datos mediante una encuesta, con un cuestionario de 21 preguntas, utilizando tablas de continuidad, necesaria y coherente, todos los datos recogidos fueron ingresados al programa de Excel para su procesamiento y estudio oportuno, con la finalidad de apreciar el comportamiento de las variables que son atención al cliente y gestión de calidad.

4.6. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGIA		
<p>I.PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021?</p>	<p>II. OBJETIVO GENERAL.</p> <p>Determinar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021.</p> <p>2.1. OBJETIVO ESPECIFICOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Detallar la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021. • Identificar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021 • Realizar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021. 	<p>VARIABLE 01</p> <p>Atención al cliente</p> <p>VARIABLE 02</p> <p>Gestión de calidad</p>	<p>POBLACION</p> <p>La población está compuesta por 05 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Distrito de Callería - Pucallpa, 2021.</p> <p>MUESTRA</p> <p>05 Micro y pequeñas empresas del sector comercio.</p>	<p>TIPO:</p> <p>El tipo de investigación es cuantitativo.</p> <p>NIVEL</p> <p>El nivel es descriptivo.</p> <p>DISEÑO</p> <p>El diseño usado fue transversal-no experimental</p>	<p>INSTRUMENTO</p> <p>Cuestionario</p> <p>TECNICA</p> <p>Encuesta.</p>

Fuente: Elaboración propia

4.7. Principios éticos

En el presente desarrollo de la investigación, se aplicó los principios éticos que orientan la investigación (Uladech católica, 2019), anexada en el Código de Ética para la investigación, bajo la resolución N.º 0973-2019- CU de la universidad.

Cuidados del medio ambiente y la biodiversidad: La presente investigación no fue involucrado en contra del medio ambiente, plantas y animales ya que se deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello se deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.

Beneficios no maleficencia: La presente investigación aseguró el bienestar de las personas que participan en la investigación. Como también se busca beneficiar a las mypes interesadas en mejorar sus procesos aportando conocimientos con respecto a atención al cliente.

Integridad científica: En la presente investigación el investigador no hizo uso de equipos ya que no se requiere. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación.

Justicia: Los resultados que se obtuvieron en la investigación estarán a la disposición de los usuarios. Si las personas con las que se trabajó esta investigación formaran parte de la muestra y tienen interés por los resultados se les facilitara la información por medio de los diversos medios que sea necesario.

Libre participación y derecho a estar informado: Antes de poder comenzar con el desarrollo de la investigación se solicitó a cada beneficiario su debido consentimiento. Recogiendo sus dudas y consultas en el transcurso de la investigación. Evitando retrasos en el desarrollo de este.

Protección a las personas: Para el desarrollo de la presente investigación se realizó con el consentimiento de los participantes el cual se proporcionó un cuestionario a cada cliente de la base de datos con la cual trabaja la micro y pequeña empresa del rubro cafeterías del distrito de Callería, por medio de la autorización del microempresario.

V. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados

Tabla 3: Características de la atención al cliente para la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021.

VARIABLE ATENCION AL CLIENTE		
Control de inventario	N	%
La empresa tiene una atención rápida y oportuna.		
Totalmente desacuerdo	1	20%
En desacuerdo	2	40%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	1	20%
Totalmente de acuerdo	0	0%
TOTAL	5	100%
La empresa registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente.		
Totalmente desacuerdo	1	20%
En desacuerdo	2	40%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	1	20%
Totalmente de acuerdo	0	0%
TOTAL	5	100%
El café que brinda la empresa es de calidad y tiene muy buen sabor.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	3	60%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
El cliente está satisfecho por el servicio brindado.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	3	60%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
La empresa ha cumplido sus expectativas en atención.		
Totalmente desacuerdo	0	4%

En desacuerdo	3	60%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
El ambiente acogedor en la empresa incrementa la aceptación.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	2	40%
TOTAL	5	100%
La empresa se encuentra ubicada en un lugar accesible.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	2	40%
TOTAL	5	100%
La atención realizada por el personal es de calidad en los servicios ofrecidos.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	2	40%
TOTAL	5	100%
Los colaboradores son confiables al momento de la atención.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	2	40%
TOTAL	5	100%
El cliente está satisfecho con la atención recibida.		

Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	20%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
El cliente evalúa encuentra en el personal la actitud de servicio deseada.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	2	40%
TOTAL	5	100%
La atención brindada al cliente es la correcta.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	2	40%
TOTAL	5	100%
VARIABLE GESTION DE CALIDAD		
La empresa cumple con las necesidades de los clientes.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	40%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
En la empresa el líder promueve el trabajo en equipo.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	40%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	1	20%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
En la empresa se encuentra al personal comprometido con su trabajo		
Totalmente desacuerdo	0	0%

En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	40%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
La empresa mejora continuamente en la gestión de calidad.		
Totalmente desacuerdo	1	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
La empresa ofrece compensaciones y reconocimientos por los logros alcanzados		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	2	40%
TOTAL	5	100%
El personal va mejorando continuamente su calidad de atención.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	20%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta Diagrama de Flujo para su gestión de calidad		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	60%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20%
De acuerdo	1	20%
Totalmente de acuerdo	0	0%
TOTAL	5	100%
La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta diagrama de Pareto para su gestión de calidad.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	40%

De acuerdo	2	40%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%
<hr/>		
La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta histograma para su gestión de calidad.		
Totalmente desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	20%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	3	60%
Totalmente de acuerdo	1	20%
TOTAL	5	100%

***Fuente:** Cuestionario aplicado a los representantes y clientes de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021.*

A. VARIABLE ATENCION AL CLIENTE

Tabla 4.

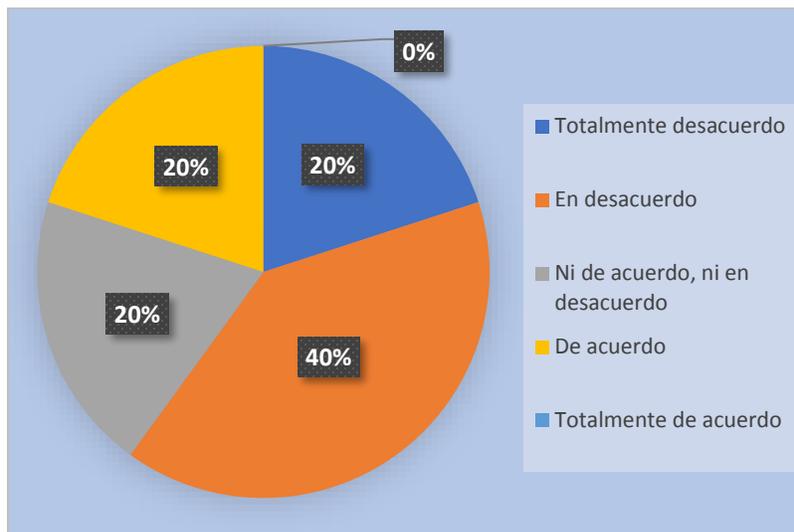
La empresa tiene una atención rápida y oportuna

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
	En desacuerdo	2	40.00	40.00	60.00
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	80.00
	De acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
	Totalmente de acuerdo	0	0.00	0.00	100.00
	TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021.

Figura 1:

La empresa tiene una atención rápida y oportuna



Fuente: Tabla 4

INTERPRETACION

En la figura anterior, el 40% afirma que está en desacuerdo, el 20% señalan que están totalmente en desacuerdo, el 20% señalan que están de acuerdo y el 20% indica que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo que la empresa tiene una atención rápida y oportuna.

TABLA 5.

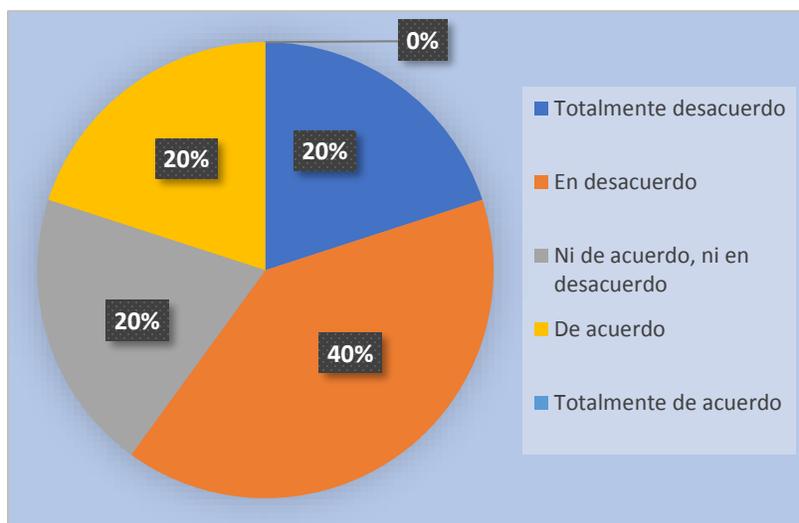
La empresa registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
En desacuerdo	2	40.00	40.00	60.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	80.00
De acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
Totalmente de acuerdo	0	0.00	0.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 2.

La empresa registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente



Fuente: tabla 5

INTERPRETACION

En la figura anterior, el 40% indica que está en desacuerdo que la empresa registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente., el 20% señalan que están totalmente en desacuerdo, el 20% afirma que está de acuerdo y el 20% restante señalan que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

Tabla 6.

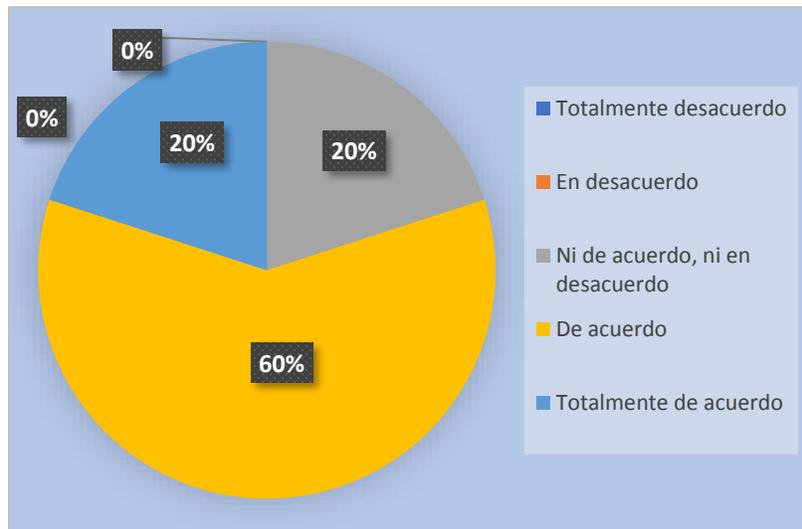
El café que brinda la empresa es de calidad y tiene muy buen sabor

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
De acuerdo	3	60.00	60.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 3.

El café que brinda la empresa es de calidad y tiene muy buen sabor



Fuente: Tabla 6

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 60% afirma que está de acuerdo, el 20% señalan que están en totalmente de acuerdo y el 20% señalan que están ni acuerdo, ni en desacuerdo que café que brinda la empresa es de calidad y tiene muy buen sabor.

Tabla 7.

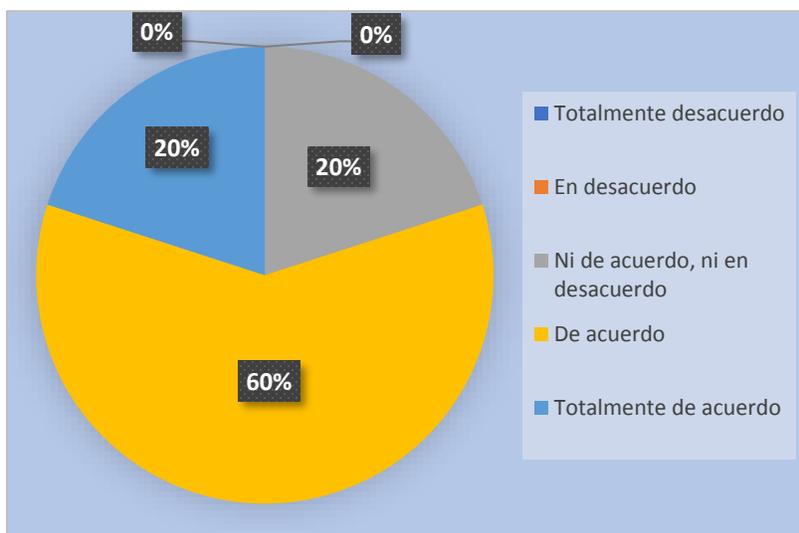
El cliente está satisfecho por el servicio brindado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
De acuerdo	3	60.00	60.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	15	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 4.

El cliente está satisfecho por el servicio brindado



Fuente: Tabla 7

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 60% afirma que están de acuerdo, el 20% señalan que están totalmente de acuerdo y el 20% señalan que están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el cliente está satisfecho por el servicio brindado.

Tabla 8.

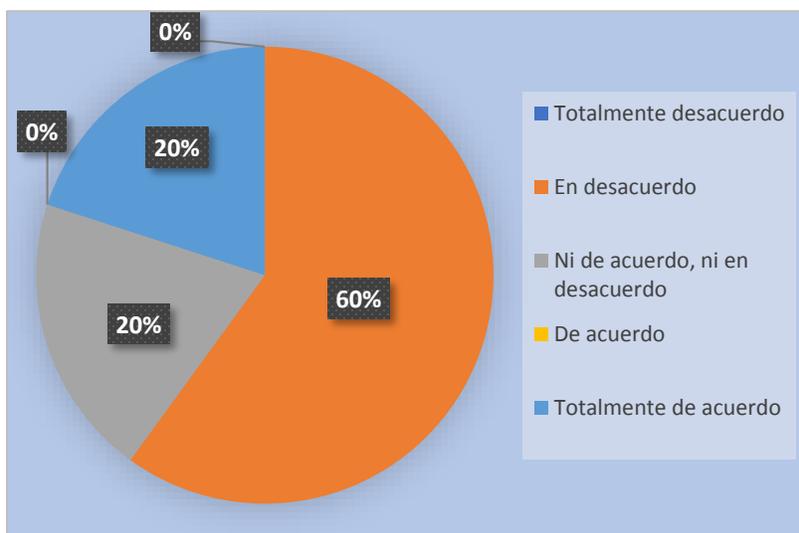
La empresa ha cumplido sus expectativas en atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	3	60.00	60.00	60.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	80.00
De acuerdo	0	0.00	0.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 5.

La empresa ha cumplido sus expectativas en atención



Fuente: Tabla 8

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 60% afirma que están en desacuerdo, el 20% señalan que están totalmente de acuerdo y el 20% afirman que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo que empresa ha cumplido sus expectativas en atención.

Tabla 9.

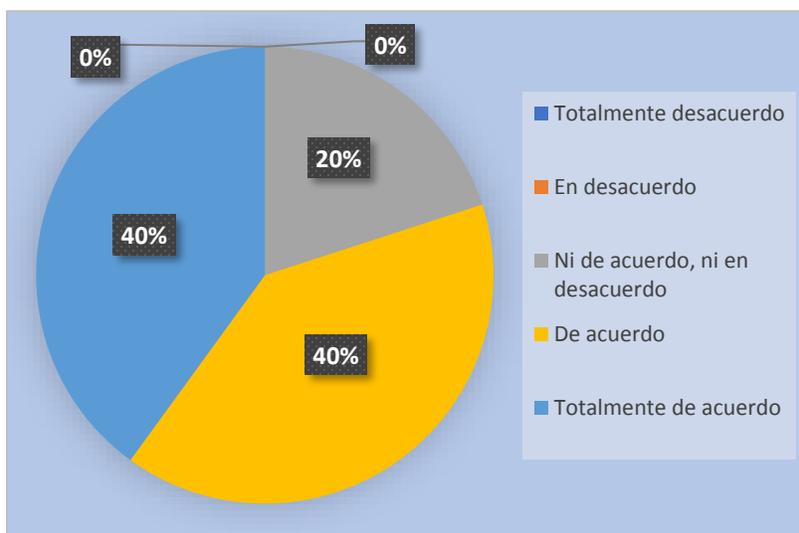
El ambiente acogedor en la empresa incrementa la aceptación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	60.00
Totalmente de acuerdo	2	40.00	40.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 6.

El ambiente acogedor en la empresa incrementa la aceptación



Fuente: Tabla 9

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% restante señalan que están totalmente de acuerdo, el 40% están de acuerdo y el 20% afirma que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo que el ambiente acogedor en la empresa incrementa la aceptación.

Tabla 10.

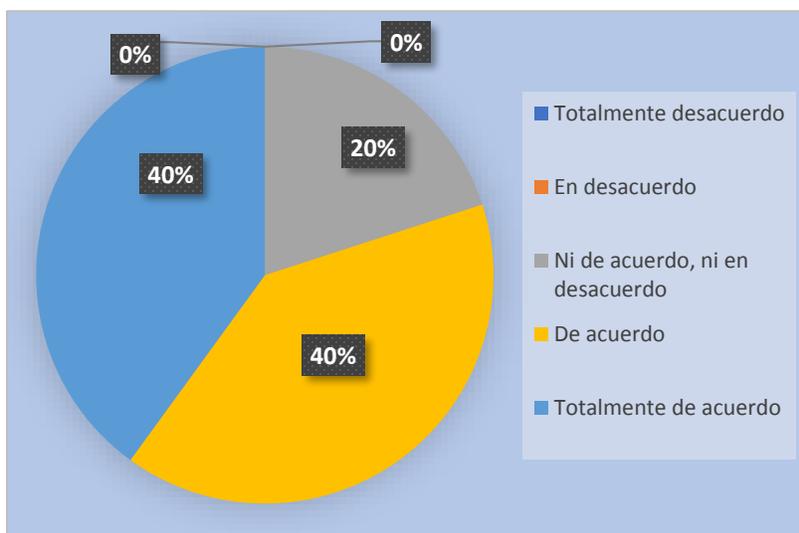
La empresa se encuentra ubicada en un lugar accesible

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	60.00
Totalmente de acuerdo	2	40.00	40.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 7.

La empresa se encuentra ubicada en un lugar accesible



Fuente: Tabla 10

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% restante señalan que están totalmente de acuerdo, el 40% están de acuerdo y el 20% están ni de acuerdo, ni en desacuerdo que la empresa se encuentra ubicada en un lugar accesible.

Tabla 11.

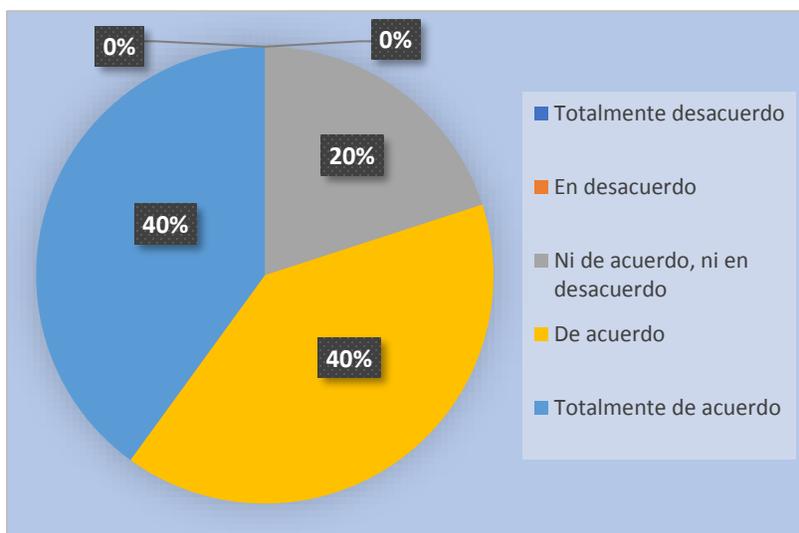
La atención realizada por el personal es de calidad en los servicios ofrecidos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	60.00
Totalmente de acuerdo	2	40.00	40.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 8.

La atención realizada por el personal es de calidad en los servicios ofrecidos



Fuente: Tabla11

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% están de acuerdo, el 40% señalan que están totalmente de acuerdo y el 20% afirma que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo que la atención realizada por el personal es de calidad en los servicios ofrecidos.

Tabla 12.

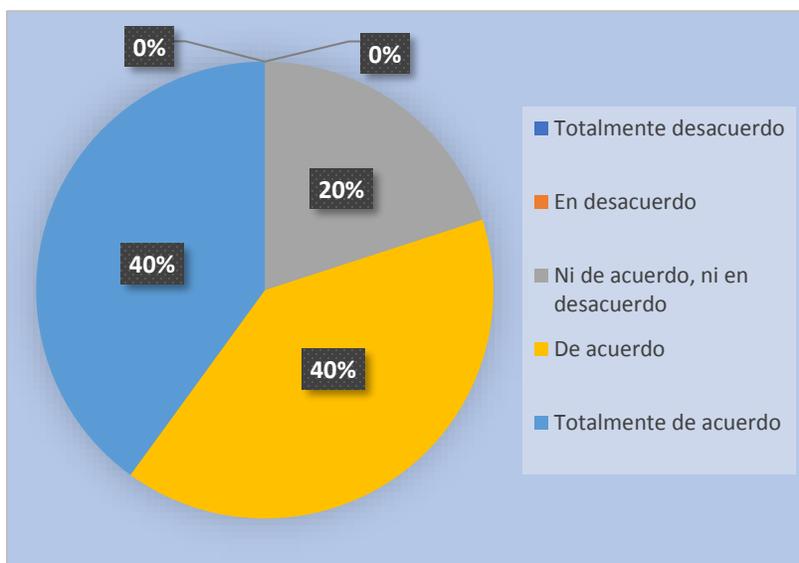
Los colaboradores son confiables al momento de la atención

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	60.00
Totalmente de acuerdo	2	40.00	40.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 9.

Los colaboradores son confiables al momento de la atención



Fuente: Tabla 12

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% afirman que están de acuerdo, el 40% están totalmente de acuerdo y el 20% afirma que ni de acuerdo, ni en desacuerdo que los colaboradores son confiables al momento de la atención.

Tabla 15.

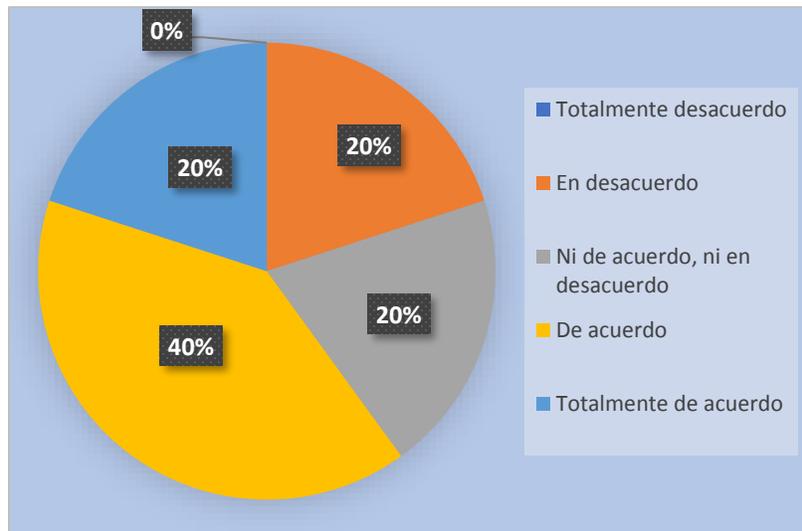
El cliente está satisfecho con la atención recibida

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	40.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 12.

El cliente está satisfecho con la atención recibida



Fuente: Tabla 15

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% están de acuerdo, el 20% señalaron que están totalmente de acuerdo, el 20% señalan que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 20% señalan que están en desacuerdo que el cliente está satisfecho con la atención recibida.

Tabla 16.

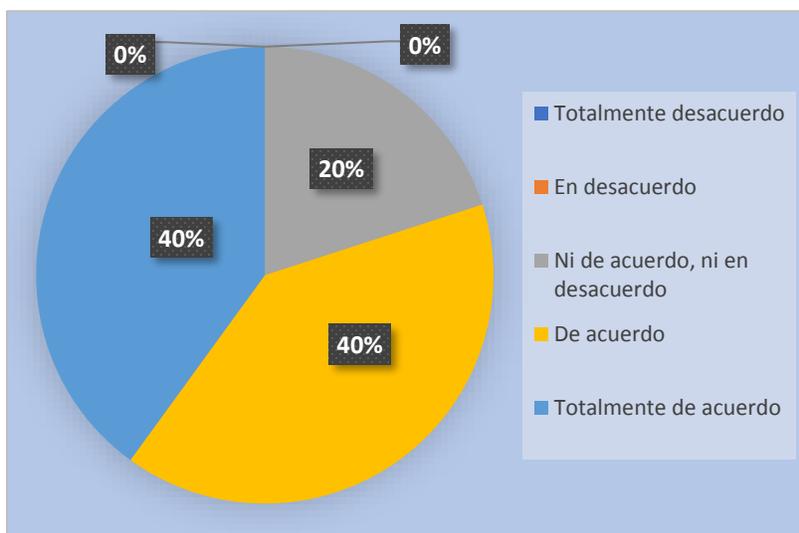
El cliente encuentra en el personal la actitud de servicio deseada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	60.00
Totalmente de acuerdo	2	40.00	40.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 13.

El cliente encuentra en el personal la actitud de servicio deseada



Fuente: Tabla 16

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% señalaron que están de acuerdo, el 40% indicaron que están totalmente de acuerdo, el 20% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo que el cliente encuentra en el personal la actitud de servicio deseada.

Tabla 17.

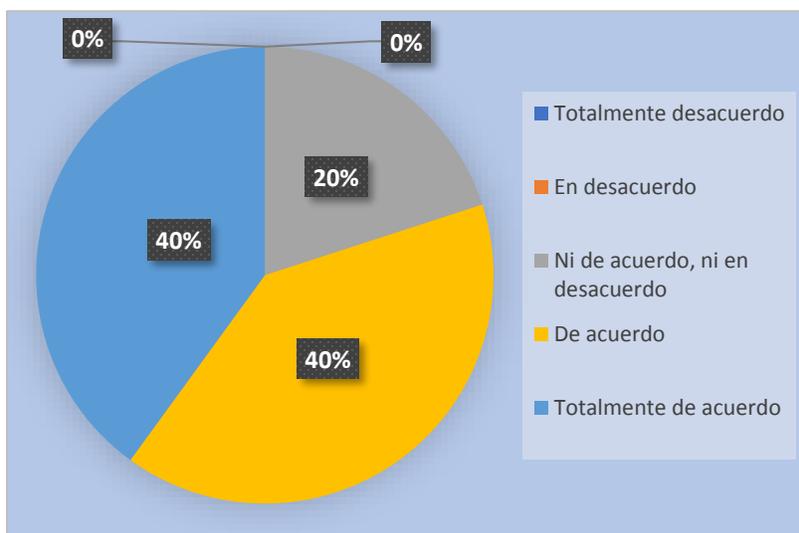
La atención brindada al cliente es la correcta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	60.00
Totalmente de acuerdo	2	40.00	40.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 14.

La atención brindada al cliente es la correcta



Fuente: Tabla 17

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% está de acuerdo, el 40% señalaron que están totalmente de acuerdo, el 20% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo que la atención brindada al cliente es la correcta.

B. VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

Tabla 18.

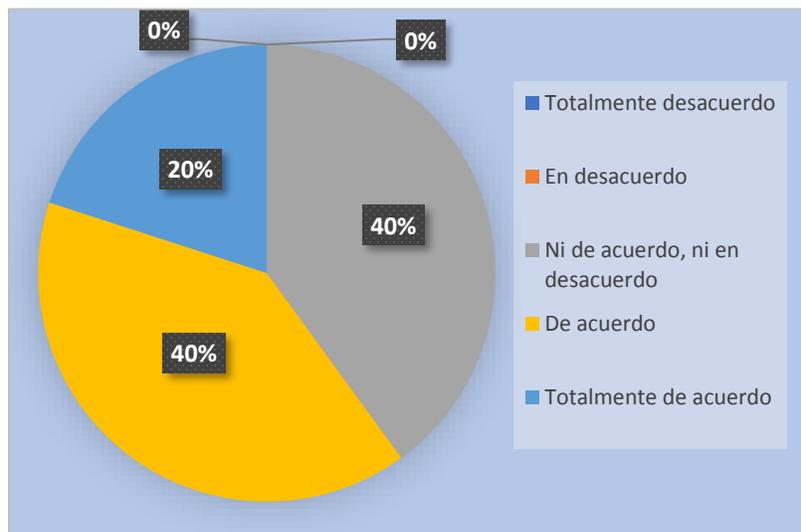
La empresa cumple con las necesidades de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
	En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	40.00	40.00	40.00
	De acuerdo	2	40.00	40.00	80.00
	Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
	TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Calleria - 2021

Figura 15.

La empresa cumple con las necesidades de los clientes



Fuente: Tabla 18

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% está de acuerdo, el 40% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 20% señalaron que están totalmente de acuerdo que la empresa cumple con las necesidades de los clientes.

Tabla 19.

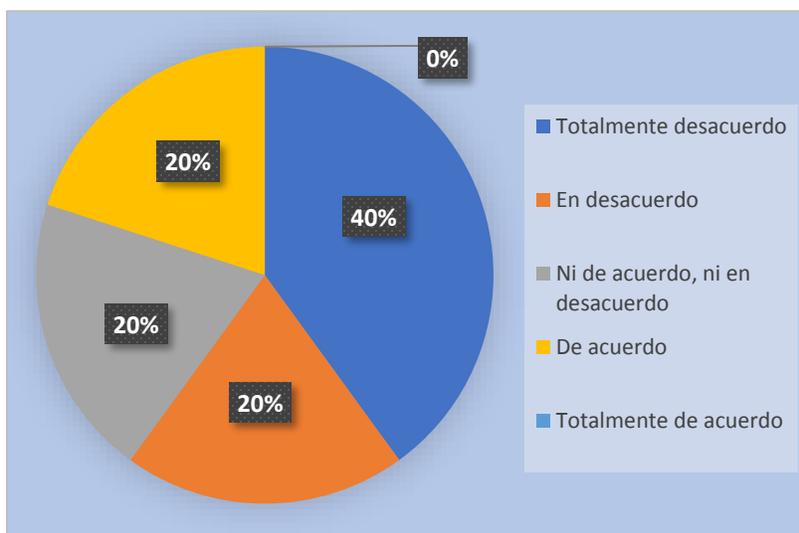
En la empresa el líder promueve el trabajo en equipo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	2	40.00	40.00	40.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	60.00
De acuerdo	1	20.00	20.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 16.

En la empresa el líder promueve el trabajo en equipo



Fuente: Tabla 19

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% está totalmente en desacuerdo, el 20% señalaron que están en desacuerdo, el 20% están de acuerdo y el 20% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo que en la empresa el líder promueve el trabajo en equipo.

Tabla 20.

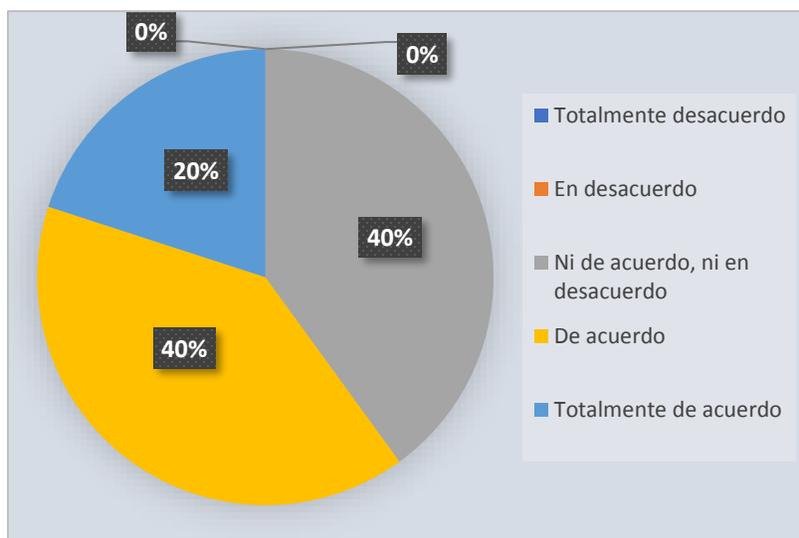
En la empresa se encuentra al personal comprometido con su trabajo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	40.00	40.00	40.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 17.

En la empresa se encuentra al personal comprometido con su trabajo.



Fuente: Tabla 20

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% está de acuerdo, el 40% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 20% señalaron que están totalmente de acuerdo que la empresa se encuentra al personal comprometido con su trabajo.

Tabla 21.

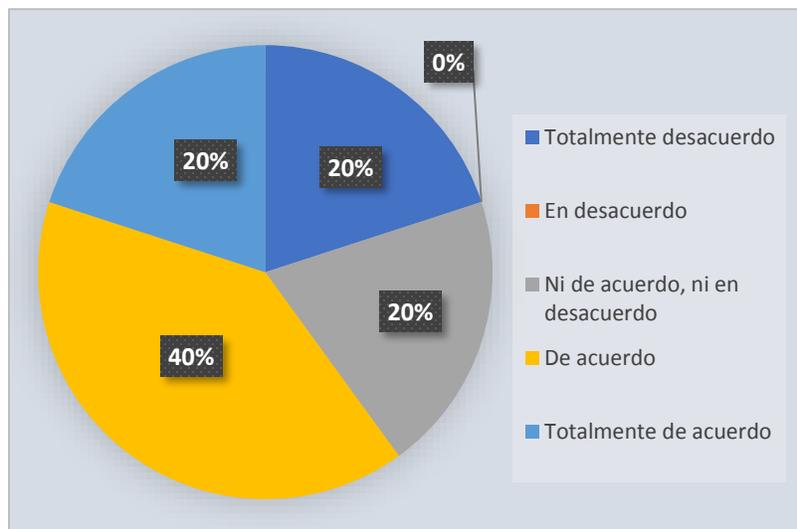
La empresa mejora continuamente en la gestión de calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	20.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	40.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 18.

La empresa mejora continuamente en la gestión de calidad.



Fuente: Tabla 21

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% está de acuerdo, el 20% señalaron que están totalmente de acuerdo, el 20% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 20% señalan que están totalmente desacuerdo que la empresa mejora continuamente en la gestión de calidad.

Tabla 22.

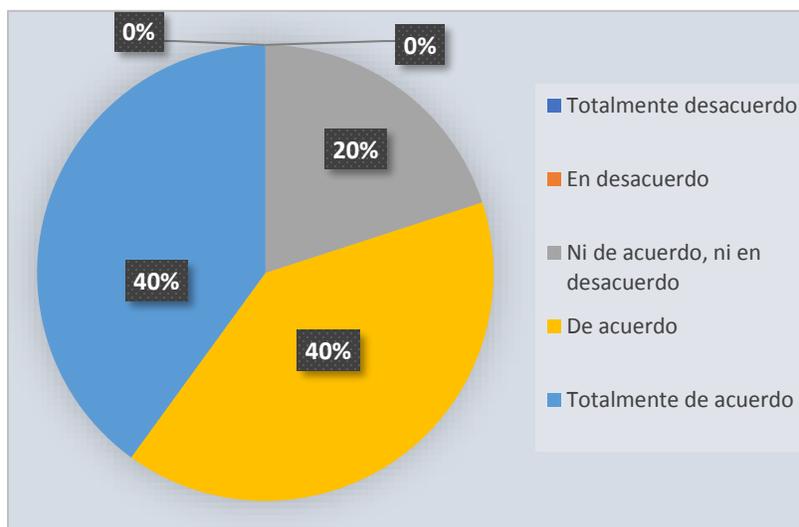
La empresa ofrece compensaciones y reconocimientos por los logros alcanzados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
	En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
	De acuerdo	2	40.00	40.00	60.00
	Totalmente de acuerdo	2	40.00	40.00	100.00
TOTAL		5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 19.

La empresa ofrece compensaciones y reconocimientos por los logros alcanzados.



Fuente: Tabla 22

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% está de acuerdo, el 40% señalaron que están totalmente de acuerdo y el 20% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo que la empresa ofrece compensaciones y reconocimientos por los logros alcanzados.

Tabla 23.

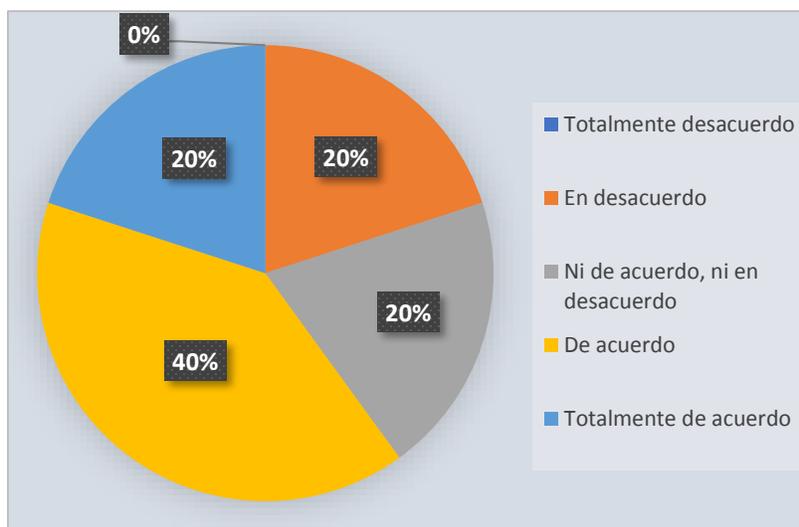
El personal va mejorando continuamente su calidad de atención.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	40.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 20.

El personal va mejorando continuamente su calidad de atención.



Fuente: Tabla 23

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% está de acuerdo, el 20% señalaron que están totalmente de acuerdo, el 20% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 20% señalan que están en desacuerdo que el personal va mejorando continuamente su calidad de atención.

Tabla 24.

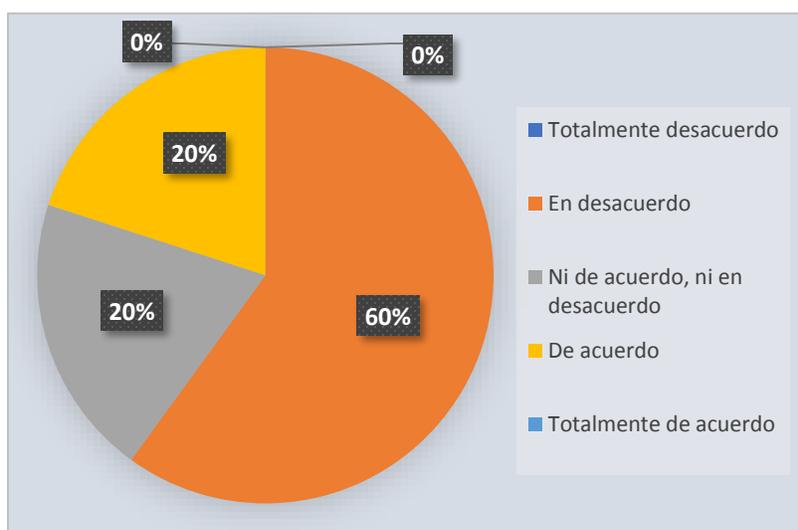
La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta Diagrama de Flujo para su gestión de calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	3	60.00	60.00	60.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	20.00	20.00	80.00
De acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
Totalmente de acuerdo	0	0.00	0.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 21.

La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta Diagrama de Flujo para su gestión de calidad.



Fuente: Tabla 24

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 60% está en desacuerdo, el 20% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 20% señalan que están de acuerdo que la empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta Diagrama de Flujo para su gestión de calidad.

Tabla 25.

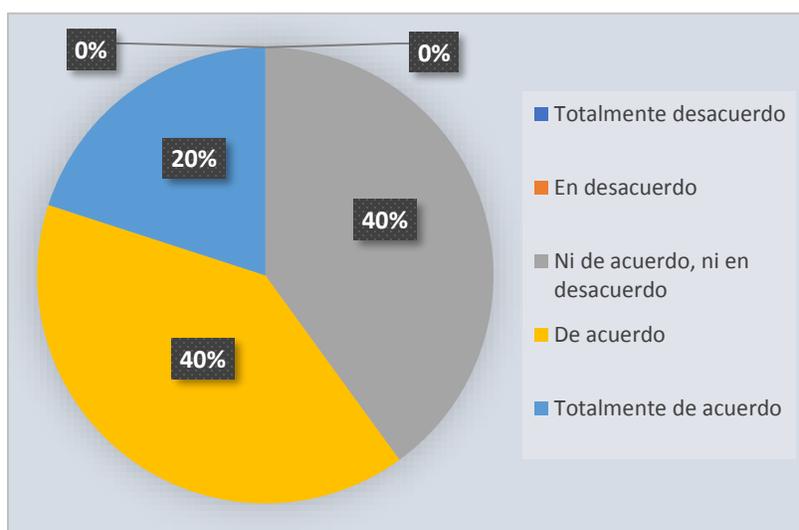
La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta diagrama de Pareto para su gestión de calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	40.00	40.00	40.00
De acuerdo	2	40.00	40.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	5	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 22.

La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta diagrama de Pareto para su gestión de calidad.



Fuente: Tabla 25

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 40% está de acuerdo, el 40% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 20% señalaron que están totalmente de acuerdo que la empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta diagrama de Pareto para su gestión de calidad.

Tabla 26.

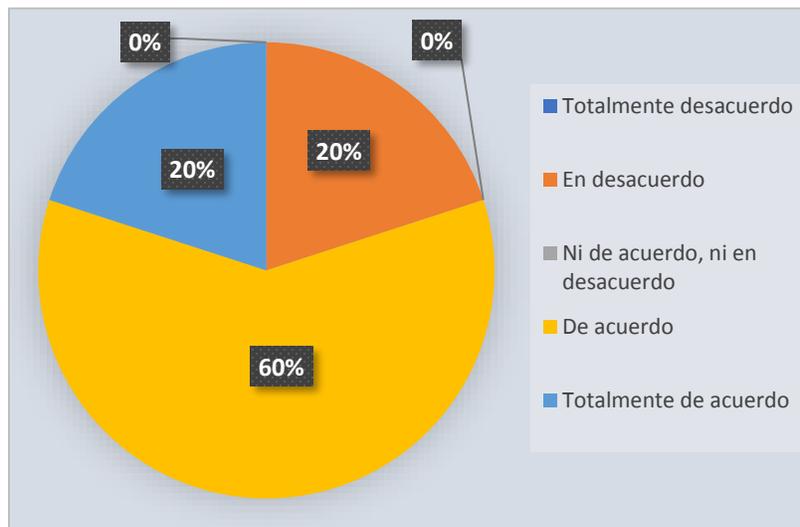
La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta histograma para su gestión de calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
En desacuerdo	1	20.00	20.00	20.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	0	0.00	0.00	0.00
De acuerdo	3	60.00	60.00	80.00
Totalmente de acuerdo	1	20.00	20.00	100.00
TOTAL	25	100.00	100.00	

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de las cafeterías del Distrito de Callería - 2021

Figura 23.

La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta histograma para su gestión de calidad.



Fuente: Tabla 26

INTERPRETACION

En la figura anterior, señalan que el 60% está de acuerdo, el 20% señalan que están en desacuerdo y el 20% señalaron que están totalmente de acuerdo que la empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta histograma para su gestión de calidad.

5.2. Análisis de resultado

Objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021.

De acuerdo a los resultados obtenidos en cuanto a la atención al cliente basada a la gestión de calidad, se puede apreciar en la tabla N° 4 la cual tuvo como interrogante, la empresa tiene una atención rápida y oportuna, los encuestados indicaron que la empresa tiene una atención rápida y oportuna ya que se tiene un 40% y 20% que indican que están en desacuerdo y están totalmente en desacuerdo que la empresa tiene una atención rápida y oportuna, respuesta que discrepa con Ríos (2019) el 60.00% respondieron con rapidez en la entrega de los productos como un principal factor para la calidad del servicio que brindan las micro y pequeñas empresas. La tabla N°8 tuvo el interrogante, la empresa ha cumplido sus expectativas en atención, El 60% están en desacuerdo en que la empresa ha cumplido sus expectativas en atención. Respuesta que discrepa con López (2018) una alta calidad de servicio conduce a una mayor satisfacción del cliente y una menor calidad de servicio conduce a una menor satisfacción del cliente. Siempre es una buena idea contentarse con poder recomendar. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (Kotler, 2003)

Objetivo específico 01: Detallar la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021.

- La empresa registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente, el 20% afirmo que está totalmente en desacuerdo que la empresa registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente, el 40% señalan que están en desacuerdo, el 20% están ni de acuerdo, en desacuerdo y el 20% restante indicaron que están de acuerdo, respuesta que no tiene relación con Albildo (2019), La mayoría de las mypes consideran que el factor más importante para la buena atención es comunicación. Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y finalmente han logrado una fidelización del cliente. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (Kotler, 2003)
- El cliente está satisfecho por el servicio brindado, señalan que el 60% afirma que están de acuerdo, el 20% señalan que están totalmente de acuerdo y el 20% ni en acuerdo, ni en desacuerdo, respuesta que tiene relación con López (2018), Para las organizaciones, siempre es una buena idea estar satisfecho para que los clientes puedan recomendar lugares de buena comida y servicio. Se ha demostrado que existe una relación positiva significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (Kotler, 2003).

- El ambiente acogedor en la empresa incrementa la aceptación, señalaron que el 20% afirma que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, el 40% están de acuerdo y el 40% restante señalan que están totalmente de acuerdo, respuesta que se relaciona con Marín (2018), la calidad atrae al cliente y mantiene a la empresa en el mercado. Por esta razón, es importante y además estratégico que las mypes de televisión por cable adopten un proceso de calidad dentro de sus organizaciones. Existe una falta de conocimiento en el empresariado. Entonces, existe una tarea de generar una cultura de calidad que involucre a empresas del distrito de Callería y a los consumidores o cliente. Fisher y Navarro, (1994), es un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que ofrece servicios. (p. 185).
- La atención realizada por el personal es de calidad en los servicios ofrecidos, señalan que el 40% están de acuerdo, el 40% señalan que están totalmente de acuerdo y el 20% afirma que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo, respuesta que concuerda con Carihuasari (2018), la evaluación tanto del personal y de los clientes debe ser algo fundamental, para que puedan reconocer los errores que comenten y tomar conciencia de un cambio que permita que este sea solucionado para mantener el constante desarrollo de las Mypes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (Kotler, 2003).
- El cliente está satisfecho con la atención recibida, señalan que el 40% están de acuerdo, el 20% señalaron que están totalmente de acuerdo, el 20% señalan que están en desacuerdo, el 20% señalan que están ni de acuerdo, ni en desacuerdo en el

cliente está satisfecho con la atención recibida, respuesta que difiere con Cárdenas (2019), los clientes encuestados que acuden a Café lúcuma encuentran debilidades en la atención, la cafetería tiene acogida lo que hace que se encuentre lleno la mayor parte de tiempo y requiere que exista un servicio ágil y un trato personalizado.

Kotler, P. y Keller, K. (2006). “La satisfacción es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p.23).

Objetivo específico 02: Identificar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021.

- En la empresa el líder promueve el trabajo en equipo, señalan que el 40% señalan que están totalmente desacuerdo que, en la empresa el líder promueve el trabajo en equipo, el 20% está en desacuerdo, el 20% está ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 20% está de acuerdo, respuesta que se asemeja con Carihuasari (2018), las capacitaciones que brindan las Mypes a sus trabajadores no es del todo efectiva, ya que al no poseer un modelo de trabajo y de atención al cliente, su efectividad e impacto es mermado por las malas prácticas a las cuales se han acostumbrado. Chicana (2017) Indica que “la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones”. (p.36).
- El personal va mejorando continuamente su calidad de atención, encontrando que la mayoría indica que el personal va mejorando continuamente su calidad de atención,

respuesta que concuerda con Barragán (2016) , en cuanto al uso del sistema de medición de la calidad utilizado, se ha encontrado ajustado y consistente con los resultados requeridos para la adquisición, pero se deben agregar otras medidas de medición, como la medición entre el momento en que el cliente llega a la instalación y el momento en que se recibe el pedido solicitado, afectando la percepción de los servicios prestados. Albildo (2019), la falta de visión empresarial y una adecuada formación terminan por fracasar en el rubro manteniéndose poco tiempo en el mercado. Se recomienda, implementar un sistema de gestión adecuado, mejorar la atención brindada, y crear valor agregado al servicio y producto que permitan satisfacer al cliente y diferenciarse de la competencia, es decir fidelizar a los clientes. Alcalde (2007) la calidad es satisfacer las necesidades de los clientes e incluso superar las expectativas que estos tienen puestas sobre el producto o servicio, de esta manera un cliente gratamente satisfecho volverá a consumir nuestro producto e incluso recomendárselo a otros posibles clientes (p.6).

- La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta Diagrama de Flujo para su gestión de calidad, donde encontramos que el 60% está en desacuerdo, respuesta que concuerda con Panduro (2019), al implementar las herramientas de gestión de calidad generara mayor eficiencia, mejora en la gestión de procesos, satisfacción al visitante y un buen clima laboral. Albildo (2019), para las pymes en estudio, tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, pero afirman que si conocen termino atención al cliente, Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y que han logrado una fidelización del cliente. Chicana (2017) Indica que “la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar

y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones”. (p.36).

- La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta diagrama de Pareto para su gestión de calidad, encontrando que el 40% y 20% están de acuerdo y totalmente de acuerdo, respuesta que se asemeja con Panduro (2019), el papel principal del proceso de gestión es resolver los problemas que surgen de la gestión para conseguir visitantes satisfechos. Esto conducirá a una mayor rentabilidad y éxito. Domínguez (2018), la mayoría realiza capacitación a su personal y tienen establecidos ciertos protocolos de servicio; existiendo la buena práctica de realizar supervisión de calidad a los servicios ofrecidos; sin embargo, sólo el 54,5% evalúa en su personal la actitud de servicio y no realiza una retroalimentación del nivel de satisfacción de sus clientes. Chicana (2017) Indica que “la gestión de calidad es una de las herramientas que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones”. (p.36).

Objetivo específico 03: Realizar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021.

De acuerdo a los resultados de la empresa se puede afirmar que muchas de estas empresas no tienen definido la atención al cliente en sus procesos, desconocen la importancia del trato amable y no toman como sugerencia las opiniones de los comensales hacia dicha atención, hay mucho que mejorar con respecto a ello, con la propuesta de mejora todas aquellas debilidades serán fortalecidas e mejoradas, ayudando en si en su mejora

continua.

Por lo que se propone, la realización de capacitaciones al personal, dándoles a conocer la importancia de la atención al cliente para el posicionamiento de la empresa en el mercado competitivo, como también recibir opiniones del personal con respecto a la mejora continua de los procesos.

VI. CONCLUSIONES Y ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

6.1. Conclusiones

- **Detallar la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021;** Se detalló las características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo; dado los resultados se afirmó que relativamente sus clientes están satisfechos por el servicio brindado, de igual manera es relativo en admitir que la empresa no tiene una atención rápida y oportuna dando una mala imagen a la empresa. El registro de sugerencias y la atención de los reclamos es un acto que no está bien visto por los comensales dejándose ver su carencia en protocolos de atención al cliente. Con la misma connotación se afirma que el ambiente es acogedor logrando así su aceptación. Casi en su totalidad se considera que el cliente es fundamental para que regresen al establecimiento, así mismo utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente.

- **Identificar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021;** Se logró identificar la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, teniendo como respuesta que hay un alto porcentaje de representantes que tiene cierto conocimiento de gestión de calidad, más de la mitad de las mypes encuestadas considera que tienen la iniciativa de mejorar su proceso de su gestión de calidad, teniendo claro la importancia de contribuir a mejorar el rendimiento del negocio y a alcanzar los objetivos e metas trazadas. Se pudo identificar que en estas mypes el líder no promueve el trabajo en equipo, lo cual retrasa el aprendizaje e interés en los empleados haciendo que estos estén totalmente desmotivados.

- **Realizar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021;** Referente a la propuesta de mejora se enfatiza la articulación de la satisfacción de los clientes en función de la mejora continua; contribuyendo la atención a los clientes, en mejorar los servicios brindados por parte del personal a través de las capacitaciones en base a los protocolos de calidad.

Aporte del investigador:

Al desarrollo de la investigación, se concluye que es necesario que las mypes, tengan claro la importancia de la gestión de calidad en sus procesos, para ello es necesario capacitar e involucrar al personal para el logro de los objetivos de la empresa. Con respecto a la atención al cliente es preciso recalcar su deficiencia, es por ello que se requiere evaluar el trabajo del personal, capacitarlos con temas que corresponde a atención al cliente e incorporar protocolo de atención al cliente, de tal manera que sus servicios puedan ser de calidad. Asimismo, aceptar las sugerencias y reclamos de sus clientes para su mejora continua.

6.2. Aspectos Complementarios

De acuerdo a la investigación realizada a las empresas del rubro cafetería pudimos encontrar sus deficiencias, es por ello que se recomienda el siguiente plan de mejora:

Aspectos complementarios

Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro cafeterías, Callería - Coronel Portillo, 2021

Diagnóstico:

De la investigación realizada en el caso de estudio podemos resumir como factores a ser mejorados lo siguiente:

- **Atención al cliente:**

En la investigación con respecto atención al cliente resalto las siguientes debilidades: la empresa no cuenta con una atención rápida y oportuna, como también la empresa no registra las sugerencias y no atiende los reclamos del cliente, dejándose ver la falta de protocolos en atención al cliente

- **En relación a la Gestión de Calidad:**

Se evidencia que se encontró imperfecciones en la empresa al no cumplir con las necesidades del cliente, la confianza de que adonde acude va a recibir el producto adecuado y de calidad. El líder no promueve el trabajo en equipo, es una debilidad resaltante en la empresa, aspecto negativo que afecta a la productividad de la empresa.

Objetivos:

Atención al cliente:

- Mejorar la atención rápida y oportuna
- Mejorar el registro de sugerencias y atención a los reclamos

Gestión de Calidad

- Mejorar en el cumplimiento de las necesidades del cliente
- Mejorar el liderazgo para promover el trabajo en equipo.

Plan de implementación de actividades

Problemas encontrados (Resultados)	Objetivos	Acciones	Responsable	Metas	Indicadores	Presupuesto
Deficiencia en la rapidez de la atención y momento oportuna	Mejorar la atención rápida y oportuna	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los trabajadores para obtener eficiencia y eficacia al brindar un buen servicio al cliente. • Elaborar el protocolo de atención al cliente. 	Administrador jefe de mozos	1 capacitación / mensual 1 charla / semanal Satisfacción y productividad	N° de capacitaciones N° de charlas % Satisfacción	Una capacitación mensual S/. 1,000.00
Deficiencia en registrar las sugerencias y atención de reclamos del cliente	Implementar el registro de sugerencias y atención a los reclamos	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un buzón de sugerencias para los clientes. • Implementación de libro de reclamos. 	Administrador	Lograr la disminución de reclamos a través de una atención de calidad.	N° de reclamos y/o sugerencias presentadas en el mes por los clientes. % Mejora continua	
No conocen la herramienta diagrama de Flujo.	Implementar la herramienta Diagrama de Flujo.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal con el uso la herramienta Diagrama de Flujo. 	Administrador	1 capacitación/mes	N° Capacitaciones % Satisfacción de las necesidades del cliente	

El líder no promueve el trabajo en equipo	Mejorar el trabajo en equipo	Desarrollar capacitaciones referente al trabajo en equipo.	Administrador	1 capacitación mensual/ 01charla mensual Lograr el trabajo en equipo	N° de Capacitaciones N° de charlas % Calidad en el servicio	
---	------------------------------	--	---------------	---	---	--

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Albildo C, (2019), *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la avenida Sánchez Carrión distrito de el porvenir, 2018*, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.
- Aspilcueta Rivera, J. (2011). *Monografías*. Recuperado el 29 de Abril de 2019, de <https://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Barragán S, (2016), *Análisis de Calidad del Servicio y Atención al Cliente en Azuca Beach, Azuca Latin Bistro y Q restaurant, y Sugerencias de Mejora*, Quito.
- Carihuasari D,(2018), *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro librería, distrito de Callería, año 2018*, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Pucallpa.
- Cano D, (2017), *Gestión de Calidad de la Atención al Cliente y la Satisfacción en la Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Restaurantes: Caso Restaurante “La Rinconada” en la Ciudad de Huarney, 2016*, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote.
- Cárdenas G. (2019), *Análisis de la calidad del servicio de atención al cliente en café lúcuma para un plan de mejora*, universidad de Guayaquil facultad de comunicación social carrera hotelería y turismo. Guayaquil.
- Córtés, J. M. (2017). *Sistema de Gestion de Calidad (ISO 9001- 2015)*. Málaga: ICB.
- Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión integral de la calidad*. España: Profit editorial. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/0B9FIUGP8i39rNTdOZHVyeFB2dVk/view>
- Domínguez R, (2018), *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro restobar, distrito de Yarinacocha, año 2018*, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Pucallpa.

Fernández Nogales, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado 2da edición*. Madrid: Madrid. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA99&dq=metodologia%2Bcon%2Bla%2Btécnica%2Bde%2Bencuesta&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjF0quQhoDrAhXLIbkGHf1RDz4Q6AEwAHoECA MQAg%23v%3Donepage&q=cuantitativo&f=false#v=snippet&q=cuantitativo&f=false>:

Goodman, J. (2014). *Atención estratégica al cliente*. Buenos Aires: Pluma Digital.

Herrera, T. J. (2010). *Google academico*. Recuperdo de https://scholar.google.com.pe/scholar?hl=es&as_sdt=0,5&q=gesti%3b3n+de+calidad+en+atenci%3b3n+al+cliente+en+restaurantes

Hernández R., Fernández C., y Baptista P. (2010). *Metodología de la investigación 5ta. Edición*. México. MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Hernandez, Fernandez, C. Y Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Kotler B. y Hayes T. (2003). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Mexico: 6ta. 200

Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: editorial Prentice hall. Págs. 680.

López D, (2018), *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil.

López M, (2018), *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes del sector servicios, rubro cafeterías, distrito de Callería, año 2018*, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa.

- Marín L., Sanabria B. y Sánchez I. (2019), *Propuesta para la implementación del sistema de gestión de calidad en el restaurante La Cafetería En Connecta (Gate Gourmet).* Universitaria Agustiniiana Facultad de Ingeniería Especialización en Gerencia de la Calidad, Colombia.
- Ojanama H, (2018), *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las mypes del sector servicios, rubro transporte terrestre de pasajeros, ruta Pucallpa – Aguaytía, región Ucayali, año 2018*, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Pucallpa.
- Parrilla F, (2018), *La gestión de la calidad y la competitividad en las Mypestre del sector comercio rubro bodegas del Distrito de Hualmay, Provincia de Huaura, 2018*, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Huaura.
- Panduro J, (2019), “Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las Mypes del sector servicio, rubro hoteles ecológicos, Región Ucayali, año 2019”, Ucayali.
- Praga (2019), conceptos y definiciones de *Diagrama de Pareto*.
- Pérez P., J., y Gardey, A. (2014). *Definicion de sistema de gestion de calidad. Obtenido de <https://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>*
- Pensa (2020), conceptos y definiciones de *Diagrama de flujo*
- Rivero, D. S. (2008). *Metologia de la Investigación. Shalom. Obtenido de <https://es.calameo.com/books/004416166f1d9df980e62>*
- Reeves, C. y Bednar, D. (1994). *En Defining quality: Alternatives and implications.* , 419-445
- Ríos M, (2019), *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes ubicados en el mall plaza Trujillo, año 2019*, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Trujillo.
- Supo, J. (2014). *Seminarios De Investigacion Cientifica. Obtenido de*

<http://red.unal.edu.co/cursos/ciencias/1000012/un3/pdf/seminv-sinopsis.pdf>

Seth N. y Vrat, P. (2005) *En Service quality models: a review. International Journal of Quality y Reliability*, 913-949. 2005.

Trujillo, M .*Plan de Mejoramiento Enfocado en el Servicio Al Cliente Bajo Los Lineamientos del Sistema de Gestión de Calidad para Cendadiagnostico Centro Automotor S.A. Tesis de licenciatura, Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativas departamento de Ciencias Administrativas, Programa de Administración de Empresas, Santiago de Cali. 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>*

Velásquez V, (2019), *Propuesta de estrategias para mejorar la atención y el servicio al cliente en el restaurante rosita ubicado en la ciudad de Guayaquil*, Universidad de Guayaquil facultad de ciencias administrativas, escuela de ingeniería comercial. Ecuador.

Vela W, (2018), *Gestión bajo el enfoque de atención al cliente, en las mypes del sector servicios, rubro restaurant, distrito de Callería, año 2018*, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Pucallpa.

Westreicher (2020), *conceptos y definiciones de Histogramas*.

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2021								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Julio				Agosto				Setiembre				Octubre			
		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 o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado(*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X					
12	Reacción del informe final												X				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													X			
14	Redacción de artículo científico														X		
15	Sustentación de Tesis															X	

Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.50	120	60.00
• Fotocopias	0.10	150	15.00
• Empastado	25.00	03	75.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	15.00	01	15.00
• Lapiceros	1.00	05	5.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	02	100.00
Sub total			270.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	100.00	01	100.00
Sub total			100.00
Total de presupuesto desembolsable			370.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base dedatos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas porsemana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1,022.00

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**ENCUESTA DE PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL
CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO
CAFETERÍAS, CALLERÍA - CORONEL PORTILLO, 2021.**

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información para poder así proponer mejoras en la atención al cliente de las cafeterías, de Callería - Coronel Portillo, 2021.

Instrucciones: La información que usted brindará será útil e importante para recopilar información de forma confidencial, que se utilizará solo con fines académicos, Usted deberá responder de acuerdo a la escala brindada, gracias por su participación.

Escala:

- Totalmente desacuerdo 1
- En desacuerdo 2
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 3
- De acuerdo 4
- Totalmente de acuerdo 5

ATENCIÓN AL CLIENTE		1	2	3	4	5
N°	EXPECTATIVAS DEL CLIENTE					
1	La empresa tiene una atención rápida y oportuna.					
2	La empresa registra las sugerencias y atiende los reclamos del cliente.					
3	El café que brinda la empresa es de calidad y tiene muy buen sabor.					
4	El cliente está satisfecho por el servicio brindado.					
	La empresa ha cumplido sus expectativas en atención.					

	CALIDAD PERCIBIDA					
5	El ambiente acogedor en la empresa incrementa la aceptación.					
6	La empresa se encuentra ubicada en un lugar accesible.					
7	La atención realizada por el personal es de calidad en los servicios ofrecidos.					
8	Los colaboradores son confiables al momento de la atención.					
	FIDELIDAD DEL CLIENTE					
9	El cliente está satisfecho con la atención recibida.					
10	El cliente evalúa encuentra en el personal la actitud de servicio deseada.					
11	La atención brindada al cliente es la correcta.					
	GESTION DE CALIDAD					
	ELEMENTOS					
12	La empresa cumple con las necesidades de los clientes.					
13	En la empresa el líder promueve el trabajo en equipo.					
14	En la empresa se encuentra al personal comprometido con su trabajo.					
15	La empresa mejora continuamente en la gestión de calidad.					
16	La empresa ofrece compensaciones y reconocimientos por los logros alcanzados.					
17	El personal va mejorando continuamente su calidad de atención.					
	HERRAMIENTAS					
18	La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta Diagrama de Flujo para su gestión de calidad.					
19	La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta diagrama de Pareto para su gestión de calidad.					
20	La empresa tiene conocimiento del uso de la herramienta histograma para su gestión de calidad.					

Anexo 4: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias sociales)

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

La presente investigación se titula *PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO CAFETERÍAS, CALLERÍA - CORONEL PORTILLO, 2021*. Y es dirigido por LOPEZ PINEDO MELISSA, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **CUMPLIR CON EL PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS.**

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de Página de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo melissa.lopez.pinedo@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: *ELIAS OMAR RODRIGUEZ HONDA*

Fecha: Pucallpa, de Agosto del 2021.

Correo electrónico: *ELIAS_HONDA@MSH.COM*

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

DULCE PERAZA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias sociales)

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

La presente investigación se titula *PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO. RUBRO CAFETERÍAS, CALLEJÍA - CORONEL PORTILLO, 2021*. Y es dirigido por LOPEZ PINEDO MELISSA, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **CUMPLIR CON EL PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS.**

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de Página de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo melissa.lopez.pinedo@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: *Manuel Eduardo Romo Rojas*

Fecha: Pucallpa, de Agosto del 2021.

Correo electrónico: *donis.dv.251314@gmail.com*

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias sociales)

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

La presente investigación se titula *PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO CAFETERÍAS, CALLERÍA - CORONEL PORTILLO, 2021*, y es dirigido por LÓPEZ PINEDO MELISSA, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **CUMPLIR CON EL PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS.**

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de Página de la Universidad. Si desea, también podrá escribirle al correo melissa.lopez.pinedo@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: *Carly Marguina Tava*

Fecha: *Pucallpa*, de Agosto del 2021.

Correo electrónico: *carly0091@gmail.com*

Firma del participante: *[Firma manuscrita]*

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Carly Tava



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias sociales)

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

La presente investigación se titula *PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO CAFETERÍAS, CALLERÍA - CORONEL PORTILLO, 2021*. Y es dirigido por LOPEZ PINEDO MELISSA, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **CUMPLIR CON EL PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS.**

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de Página de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo melissa.lopez.pinedo@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: *Patricia Topia Justino*

Fecha: *Pucallpa*, de Agosto del 2021.

Correo electrónico: *Patos Harold 28@hotmail.com*

Firma del participante: *Patricia Topia*

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Patricia Topia



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias sociales)

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

La presente investigación se titula *PROPUESTA DE MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD, EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO CAFETERÍAS, CALLERÍA - CORONEL PORTILLO, 2021*. Y es dirigido por LOPEZ PINEDO MELISSA, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **CUMPLIR CON EL PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS.**

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

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

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

Nombre: *Diego Miguel Bardales Arizua*

Fecha: Pucallpa, de Agosto del 2021.

Correo electrónico: *Diego - 08 - Miguel @ Gmail . com*

Firma del participante: *Diego*

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



