



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACION**

**PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL
CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO
RESTAURANTES, SECTOR VIALES, SAN VICENTE –
CAÑETE, 2021**

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

AUTOR

CRUZ TROENQUE, CARLOS EDUARDO
ORCID: 0000-0003-3767-1513

ASESOR

RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA
ORCID: 0000-0002-5034-7424

**CAÑETE – PERÚ
2021**

TITULO

Propuesta De Mejora De Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La
Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro
Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021

EQUIPO DE TRABAJO

Autor

Cruz Troenque, Carlos Eduardo

ORCID: 0000-0003-3767-1513

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

ASESOR

Ralli Magipo, Lizbeth Giovanna

ORCID: 0000-0002-5034-7424

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

JURADO

PRESIDENTE

Zenozain Cordero Carmen Rosa

Código ORCID N° 0000-0001-6079-2319

MIEMBRO

Espinosa Otoy Víctor Hugo

Código ORCID N° 0000-0002-7260-5581

MIEMBRO

Limo Vásquez Miguel Ángel

Código ORCID N° 0000 0002 7575-3571

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

DRA. ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA
ORCID N° 0000-0001-6079-2319
PRESIDENTE

MG. ESPINOSA OTOYA, VÍCTOR HUGO
ORCID N° 0000-0002-7260-5581
MIEMBRO

MG. LIMO VÁSQUEZ, MIGUEL ÁNGEL
CÓDIGO ORCID N° 0000 0002 7575-3571
MIEMBRO

MG. RALLI MAGIPO, LIZBETH GIOVANNA
ORCID: 0000-0004-5680-4824
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios por la dicha de concederme cada día de vida, por su fortaleza espiritual que me concede para poder seguir luchando día a día para el logro de mis objetivos.

Agradecer con mucha honra a mis padres por su esfuerzo constante y apoyo incondicional en este proceso, y sobre todo en esta etapa de mi vida tanto personal como profesional, con la finalidad que pueda cumplir con mis metas trazadas.

DEDICATORIA

Íntimamente las gracias a mis padres Olga
María, Troenque Mendoza y Gregorio, Cruz
Quispe que son el motivo de superación
constante, por el amor y aprecio que tienen
hacia mi persona, por depositar su confianza
y anhelos de seguir creciendo
profesionalmente con valores.

RESUMEN

En la investigación se planteó el siguiente problema ¿Cuál es la propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, sector viales, San Vicente – cañete, 2021?, el cual se planteó el siguiente objetivo general: Determinar Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad. Metodológicamente de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental, corte transversal. Se aplicó una encuesta a 8 representantes de restaurantes con 23 preguntas. Con respecto al desempeño laboral: el 88% sostiene que su personal no se capacita debidamente, que solo el 50% considera que cuentan con espacios aceptables en sus establecimientos; solo el 50% de los encuestados considera que cuentan con ambientes acogedores y que el 25% considera que su personal no lleva una correcta presentación. Con respecto a Gestión de Calidad, el 100% manifiesta que no realiza delivery y que el 50% no cuenta con un proceso de calidad. Se concluye que la propuesta de mejora se centra en incluir capacitaciones periódicas al personal para una mejor atención en el restaurante y se sugiere implementar la modalidad del reparto a domicilio.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de Calidad, MYPE, Restaurante.

ABSTRACT

In the research, the following problem was raised: What is the proposal for improving customer service as a relevant factor for quality management in micro and small companies in the service sector, restaurants, road sector, San Vicente – cañete, 2021?, which raised the following general objective: Determine Proposal for improvement of customer service as a relevant factor for quality management. Methodologically of quantitative approach, descriptive level, of non-experimental design, cross-section. A survey was applied to 8 restaurant representatives with 23 questions. With regard to job performance: 88% maintain that their staff is not properly trained, that only 50% consider that they have acceptable spaces in their establishments; only 50% of respondents consider that they have cozy environments and that 25% consider that their staff does not have a correct presentation. With regard to Quality Management, 100% state that they do not deliver and that 50% do not have a quality process. It is concluded that the improvement proposal focuses on including periodic training of staff for better service in the restaurant and it is suggested to implement the modality of home delivery.

Keywords: Customer Service, Quality Management, MYPE, Restaurant.

CONTENIDO

TITULO	ii
EQUIPO DE TRABAJO	iii
FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
CONTENIDO	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	4
2.1 Antecedentes.....	4
2.1.1 Internacionales:.....	4
2.1.2 Nacionales.....	8
2.1.3 Locales	14
2.2 Bases Teóricas De La Investigación.....	19
2.2.1 Atención Al Cliente	19
2.2.2 Gestión De La Calidad.....	26
2.3 Marco Conceptual	33

2.3.1	Calidad:.....	33
2.3.2	Gestión de calidad:.....	33
2.3.3	Restaurantes:.....	33
2.3.4	Producto:.....	34
2.3.5	Servicio:.....	34
2.3.6	Proceso:.....	34
2.3.7	Clientes:.....	34
2.3.8	Fidelización:.....	34
2.3.9	Imagen:.....	34
2.3.10	Pulcritud:.....	35
2.3.11	¿Qué Es Una Mype En El Perú?.....	35
III.	HIPÓTESIS	36
IV.	METODOLOGÍA.....	37
4.1	Diseño.....	37
4.1.1	El tipo de Investigación.	37
4.1.2	Nivel de la Investigación de la tesis.....	37
4.1.3	Diseño de la investigación.	37
4.2	El universo y Muestra.....	38
4.3	Definición y Operacionalización de Variable	39
4.4	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	40
4.5	Plan de Análisis.	40
4.6	Matriz de Consistencia.	41

4.7	Principios Éticos.....	42
4.7.1	Protección a la persona:	42
4.7.2	Cuidado del Medio Ambiente y la Biodiversidad:	42
4.7.3	Libre Participación y Derecho a estar informado:	42
4.7.4	Beneficencia no Maleficencia:.....	42
4.7.5	Justicia:	43
4.7.6	Integridad Científica:	43
V.	RESULTADOS	44
5.1.	Resultados.....	44
5.2.	Análisis de Resultados.....	67
5.2.1.	Objetivo General:.....	67
5.2.2.	Objetivos específicos:	68
VI.	CONCLUSIONES.....	71
	Aspectos complementarios	73
	Referencias bibliográficas:	75
	Anexos.	82
1.	Instrumento de la Encuesta.....	¡Error! Marcador no definido.
2.	Consentimiento Informado.	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>La calidad de la atención.</i>	44
Tabla 2. <i>Rapidez del servicio.</i>	45
Tabla 3. <i>Personalización de la atención que se brinda.</i>	46
Tabla 4. <i>Capacitaciones al personal.</i>	47
Tabla 5. <i>El restaurante cuenta con una limpieza adecuada en el establecimiento.</i> ...	48
Tabla 6. <i>Los espacios del establecimiento son aceptables.</i>	49
Tabla 7. <i>Existe un correcto uso del protocolo de bioseguridad.</i>	50
Tabla 8. <i>Se percibe un lugar cogedor.</i>	51
Tabla 9. <i>Orden en el establecimiento</i>	52
Tabla 10. <i>Calidad de los productos.</i>	53
Tabla 11. <i>Presentación adecuada del personal.</i>	54
Tabla 12. <i>Productos aceptables.</i>	55
Tabla 13. <i>Variedad de producto.</i>	56
Tabla 14. <i>Relevancia entre calidad/precio.</i>	57
Tabla 15. <i>La variedad de los productos es lo esperado.</i>	58
Tabla 16. <i>Existe satisfacción con el servicio prestado por Restaurante.</i>	59
Tabla 17. <i>Expectativas al servicio brindado.</i>	60
Tabla 18. <i>El servicio cumple con lo ofrecido.</i>	61
Tabla 19. <i>El tiempo de atención y entrega es la adecuada.</i>	62

Tabla 20. <i>Los procesos que ofrece el restaurante son eficientes.</i>	63
Tabla 21. <i>Servicio a domicilio.</i>	64
Tabla 22. <i>Accesibilidad a los métodos de pago digitales.</i>	65
Tabla 23. <i>Cuenta con un proceso de calidad.</i>	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>La calidad de la atención.</i>	44
Figura 2. <i>Rapidez del servicio.</i>	45
Figura 3. <i>Personalización de la atención que se brinda.</i>	46
Figura 4. <i>Capacitaciones al personal.</i>	47
Figura 5. <i>El restaurante cuenta con una limpieza adecuada en el establecimiento.</i> .	48
Figura 6. <i>Los espacios del establecimiento son aceptables.</i>	49
Figura 7. <i>Existe un correcto uso del protocolo de bioseguridad.</i>	50
Figura 8. <i>Se percibe un lugar cogedor.</i>	51
Figura 9. <i>Orden en el establecimiento.</i>	52
Figura 10. <i>Calidad de los productos.</i>	53
Figura 11. <i>Presentación adecuada del personal.</i>	54
Figura 12. <i>Productos aceptables.</i>	55
Figura 13. <i>Variedad de producto.</i>	56
Figura 14. <i>Relevancia entre calidad/precio.</i>	57
Figura 15. <i>La variedad de los productos fue lo esperado.</i>	58
Figura 16. <i>Existe satisfacción con el servicio prestado por Restaurante.</i>	59
Figura 17. <i>Expectativas al servicio brindado.</i>	60
Figura 18. <i>El servicio cumple con lo ofrecido.</i>	61
Figura 19. <i>El tiempo de atención y entrega es la adecuada.</i>	62

Figura 20. <i>Los procesos que ofrece el restaurante son eficientes.</i>	63
Figura 21. <i>Servicio a domicilio.</i>	64
Figura 22. <i>Accesibilidad a los métodos de pago digitales.</i>	65
Figura 23. <i>Cuenta con un proceso de calidad.</i>	66

I. INTRODUCCIÓN

La economía en el Perú en un 92.7% (5.9 millones) es movida por micro y pequeñas empresas, el cual el 19% aporta al PBI, generando puestos de trabajo a 8.4 millones de peruanos, que representan el 46.8% de la población activa económicamente. Según La Sociedad de Comercio Exterior del Perú (ComexPeru), en el 2018 el 83.3% De las Micro y pequeñas empresas trabajaron en la informalidad, por lo que representa una gran meta para poder erradicar esta tasa. En el 2018 el índice de capacidad final de las Mype peruanas, siendo 0 (cero) la capacidad menor y 1 (uno) la capacidad mayor, nos ubicamos en el 0.265 y que de los 5.9 millones de Mypes solo 985,300 cuentan con Registro Único De Contribuyente (RUC). El 71.3% de trabajadores cuentan con afinidad con los propietarios, demostrando que son empresas familiares. Los sectores que predominan con el 14% se dedican a la producción, 32% al comercio y 50% al sector servicios, y con las exportaciones solo el 1.8%, siendo nivel Latinoamericano una de las tasas más bajas. (Luna, 2019).

De esta manera podemos hacer hincapié en Atención al cliente y la Gestión de calidad, variables de investigación que podrán aportar al crecimiento económico de las micro y pequeñas empresas, que cada vez está en decadencia y la informalidad en el país, así mismo poder informar de las problemáticas que pueden existir a nivel global y en distintas empresas sin la importancia del rubro o tamaño de esta, ya que la atención al cliente y la gestión de calidad se puede aplicar en múltiples empresas y rubros, evidentemente aplicando resultados diferentes. La persona que está decidido en emprender un negocio no únicamente debe velar por el lucro sino también enfocándose en el colaborador y de que de esta forma se pueda contribuir con el

crecimiento de la empresa y la fidelidad de los clientes, así como también enfocándose en brindar un servicio y/o productos de calidad y así como las respectivas mejoras continuas. En base este contexto es que la tesis tiene como título “Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete,2021” que tiene como objetivo Determinar Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete,2021. Así mismo podemos Justificar el presente trabajo de investigación de manera teórica tiene mucho por aportar debido a la investigación y resultado no solo a nivel local sino también decepcionando información que puedan enriquecer los resultados que se busca. Justificación práctica busca aportar con los resultados de la investigación y que puedan ser implementados en el plan de mejora de las micro y pequeñas empresas. Y como Justificación metodológica, se establecerá en las variables de Atención al Cliente y Gestión de calidad técnicas de encuesta y como instrumentos los cuestionarios, que pueden servir de como referencia a posteriores proyectos de investigación del Sector Viale del distrito de San Vicente.

Que por las razones antes expuestas podemos determinar cómo metodología de la investigación transversal, de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, de diseño no experimental y que tomará como muestreo Probabilístico del cual se usará como instrumento, cuestionario de aplicación de escala Likert que permitirá la aprobación o el rechazo de las variables.

Su metodología, fue de tipo cuantitativa, fue de corte trasversal, realizando un estudio que se ajustó a la precisión durante el tiempo de investigación, de nivel descriptivo, de diseño no experimental, la investigación que se desarrollo fue a 8 restaurantes, sector viales, San Vicente – cañete, 2021, para ello se utilizó la técnica de la encuesta, teniendo como herramienta un cuestionario de 23 preguntas, siendo los resultados más relevantes, con respecto a la a la atención al cliente: en lo que concierne a la capacitación del personal nos arrojó un 88% que los empleados no realizan capacitaciones para la atención al cliente, el 25% de la presentación del personal, no está adecuado para una buena atención, la atención del servicio a domicilio es del 100% que no usan este servicio por no contar con personal capacitado, con respecto a la gestión de calidad: la accesibilidad de métodos de pago el 50% de los representantes indican que no utilizan estos medio por falta de conocimiento, el proceso de calidad es del 50% quiere decir que no cuentan con un buen proceso de calidad en sus productos que ofrecen, por ello se ha concluido que la propuesta de mejora se centra en incluir capacitaciones periódicas al personal para una mejor atención en el restaurante y se sugiere implementar la modalidad del reparto a domicilio.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales:

Torres (2016). “*El Nivel de Satisfacción del Cliente en el Restaurante el Kioskito, Tejupilco, México. (2016)*”, para optar el grado de Licenciado en Administración, Universidad Autónoma del Estado de México, quien presentaba los siguientes objetivos, Estudiar el nivel de satisfacción del cliente del restaurante el kiosquito en base a sus necesidades, gustos y preferencias y Determinar el nivel de satisfacción con los servicios y productos que se ofrece, donde se planteó como metodología, según su propósito, tipo aplicada y según su nivel de investigación es de tipo descriptiva, donde se concluyó lo siguiente: de acuerdo a las encuestas los resultados en el apartado de productos arrojaron que los comensales se encuentran satisfechos en cuanto a porciones de platillos, sin embargo, se tienen que mejorar en este aspecto para poder tener completamente a los comensales satisfechos, esto se puede lograr aumentando la porción con una nueva guarnición o en su caso modificando las guarniciones a gusto de los clientes. Respecto a la variedad de las entradas la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos porque existe una amplia gama de entradas lo que otros restaurantes carecen, sin embargo, es importante implementar ensaladas, sopas y cremas para poder satisfacer al cliente completamente.

López (2018) “*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil*”, Previo a la obtención del Grado Académico de: Magíster en Administración de Empresas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador, quien presento el siguiente objetivo, Determinar la

relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente. Donde hizo uso de la siguiente metodología, con un enfoque mixto, con una investigación cuantitativa: encuestas dirigidas hacia los clientes que consumen en el restaurante Rachy's y una investigación cualitativa: entrevistas a profundidad dirigidas a la propietaria de la empresa y al personal del servicio y de limpieza. Donde concluyo que, A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio.

De esta manera se concluyó indicando que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido. Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente, esto significa que si aumenta la calidad del servicio va a aumentar la satisfacción al cliente o si es que disminuye la calidad de servicio disminuye la satisfacción al cliente.

Llangari y Mero (2019). *“En su tesis: Análisis del modelo de gestión de*

calidad total-excelencia en la mejora de los procesos de bodega en Tienda Industriales de la ciudad de Milagro. Caso Agencia No 2". Para optar el Título en Ingeniería Industrial. Bogotá D.C. Cuyo objetivo general fue: establecer el modelo de gestión de calidad total-excelencia que favorezca a la mejora de los procesos de bodega en TIA II Milagro a través del análisis situacional de la sucursal. Así mismo la metodología de esta investigación es de enfoque cualitativo, diseño descriptivo. En los resultados obtenidos se evidencian factores que van desde la carencia de un espacio adecuado para el almacenaje, la desorganización de las bodegas provocando la entrega de los productos a destiempo y un alto índice de errores en los pedidos por tienda para la venta al público. Se concluyó que hay falencia en los procesos de calidad, problemas relacionados con la demora del despacho y la desorganización de la misma. Para mejorar los procesos de la bodega se debe implementar el ciclo de Deming, permitiendo mejorar los inconvenientes que se encontraron en la organización. Se puede decir que el ciclo Deming nos permite identificar una serie de situaciones negativas que incurren en la estrategia de logística.

Barrera y Roso (2016). *“Análisis del sistema de gestión de calidad y su incidencia en el posicionamiento de las medianas empresas del Cantón Milagro, periodo 2014-2015”* Para optar el Título Profesional de Ingeniero comercial. Cuyo objetivo general fue: Establecer de qué forma el sistema de gestión de calidad incide en el posicionamiento de las medianas empresas del Cantón Milagro, 2014-2015, a través de un estudio basado en el método científico para contribuir con una mejor participación de mercado. Así mismo la metodología de esta investigación fue de tipo exploratoria, descriptiva y documental, un enfoque cuantitativo. Con una población de 10 PYMES. Los

resultados obtenidos demuestran que hay falencia en el sistema de gestión de calidad, trayendo consigo deficiencia en los procesos de calidad. Se concluyó que la PYMES tienen que implementar un modelo de gestión de calidad que le permita a la misma inspeccionar y organizar todos sus procesos. Se puede decir, que el modelo de gestión de calidad permite mejorar radicalmente la imagen y perfil de la organización, brindando productos de calidad y cumpliendo con las necesidades de los clientes.

Montoya (2018). En su tesis: *Sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollo organizacional en las Pymes del sector comercial de compra – venta de cacao de la Ciudad de Milagro*. Para optar el Título de Ingeniero Comercial. Cuyo objetivo general fue: Establecer la importancia de implementar un sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollar en las pequeñas y medianas empresas del sector comercial de compra – venta de cacao de la Ciudad de Milagos. Así mismo la metodología de esta investigación fue de enfoque cualitativo, tipo exploratorio, descriptivo. Con una población de un conjunto de individuos evaluados en el desarrollo de la investigación. Los resultados obtenidos se evidencian que las PYMES no cuentan con un sistema de gestión de calidad, afectando el normal desarrollo en los procesos, aumentando los errores en la calidad y trayendo consigo problemas en el factor tiempo, dinero y mano de obra. Se concluyó que, si la PYMES aplicaran un sistema de gestión de calidad, esto les permitirá usar adecuadamente sus recursos y elementos, mejorando los procesos en el producto y servicio. Se puede decir, que el sistema de gestión de calidad es un factor importante que permite a la empresa acoplarse a las necesidades de los clientes, ayudando a lograr los objetivos de la empresa.

2.1.2 Nacionales

Natividad (2017) “*Sistema de Gestión de Calidad bajo la norma ISO 9001:2015 en la empresa ELECIN S.A. – Lima, 2017*”, Tesis Para Optar El Grado Académico De: Maestro en Administración de Negocios – MBA, Universidad Cesar Vallejos, teniendo como objetivo, Determinar el nivel del Sistema de Gestión de Calidad de migración a la norma ISO 9001:2015 de los procesos en la empresa ELECIN S.A. utilizando como metodología científico-deductivo, llegando a la siguiente conclusión, Se percibe un mayor porcentaje de recibimiento de los trabajadores en el categoría regular del nivel de sistema de gestión de calidad de éxodo a la norma ISO 9001:2015 del desarrollo de mejora incesante de la calidad del producto y servicios en la empresa ELECIN S.A.

Sandoval (2015), “*El Sistema de Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en el Restaurant, El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro, 2015*”. Para optar el Grado de Maestra en Ciencias Gastronómica, Universidad San Martin de Porras, Perú, quien estableció el siguiente objetivo: Determinar de qué manera el Sistema de Gestión de Calidad se relaciona con la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro en el 2015. Utilizando la siguiente metodología, de tipo descriptiva correlacional porque se persigue determinar fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios, factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores, nivel de la investigación es correlacional no experimental y diseño transaccional correlacional. Llegando a las siguientes conclusiones: Mediante el estudio se afirma que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente en los empleados y clientes en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro.

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

Davila (2017). *“Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico el Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque-Chiclayo”*, Tesis para Optar el Título de: Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Donde sostuvo el siguiente objetivo: Evaluar la Calidad de Servicio del Restaurante Turístico El Cántaro – Lambayeque. Para la presente tesis se aplicó la siguiente metodología: el enfoque de investigación será mixta, ya que tendrá una parte cualitativa y otra cuantitativa, El alcance de la investigación es descriptiva, El tipo de investigación es observacional (no hubo manipulación del objeto de estudio), y sus conclusiones fueron las siguientes: Hay que destacar que el restaurante se aprecia una estructura de calidad, pero al parecer según los resultados de las encuestas los clientes esperan ver en sus instalaciones, una mejor tecnología en sus equipos, muebles y comodidad en el espacio. Se concluye, que los clientes se sienten conformes el servicio brindando por los colaboradores y la calidad de sus platos gastronómicos, aquellos que experimentan la combinación de los ingredientes más tradicionales de la comida Lambayecana, llegando así a satisfacer sus necesidades procurando así que el servicio sea viable.

Gonzales y Huanca (2018). *“La Calidad del Servicio y su Relación con la Satisfacción de los Consumidores de Restaurantes de Pollos a la Brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018”*, Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing, Universidad Tecnológica del Perú, donde se presentó el siguiente objetivo: Determinar la relación que existe entre la Calidad del Servicio

con la Satisfacción de los Consumidores de Restaurantes de Pollos a la Brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018, donde además se aplicó la siguiente metodología: tipo de investigación Cuantitativa, y de nivel Correlacional y Descriptivo, en la presente tesis se llegó a las siguientes conclusiones: de acuerdo con la encuesta a los comensales del restaurante de Pollos a la brasa de Mariano Melgar, la calidad de servicio como variable se relaciona positivamente con la variable satisfacción de los consumidores representado este resultado como correlación positiva moderada, teniendo una relación de Rho SPEARMAN de 0.504 con un nivel de significancia de 0,000 esto significa que existe evidencia estadística para afirmar la relación entre ambas variables. Por ello el resultado fue bajo dado que una gran cantidad de consumidores no se sintieron muy satisfechos en varios puntos, afectando así no poder tener un número alto de correlación positiva, incluso muchos de ellos no percibieron un buen trato por parte de los meseros al igual que la limpieza y establecimiento factores que impidieron que se pueda obtener un resultado mejor sin embargo esto hubiera cambiado si los consumidores hubiesen recibido un mejor servicio y/o a calidad mayor hubiera sido la satisfacción. Se concluye que los restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar de un total de 384 consumidores la dimensión confiabilidad está relacionada de manera positiva muy baja con la variable satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa, teniendo una relación de Rho SPEARMAN de 0.185 con un nivel de significancia de 0,000 ya que esto significa que varios de los consumidores no se encuentran muy satisfechos con el servicio recibido de las pollerías en base a lo que cada uno percibió en el resultado se percató que muchos de ellos respondieron que no estaban ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre si el servicio fue bueno o no, uno por la espera del

servicio y dos por la falta de dominio de la carta por parte de los meseros factores que afectaron poder tener una relación positiva alta .

Díaz, López, Medina y Moreno(2016), “*Calidad de las Empresas en el Sector Restaurantes de la Región Lambayeque*”, Tesis para obtener el Grado de Magíster en Administración Estratégica de Empresas, Pontificia Universidad Católica Del Perú, quienes sostuvieron los siguientes objetivos: Identificar el nivel de cumplimiento de los Factores del TQM en el Sector restaurantes en la región Lambayeque; Identificar el nivel de cumplimiento de cada factor del TQM en el Sector restaurantes en la Región Lambayeque. En la presente tesis se aplicó la siguiente metodología: Enfoque cuantitativo y una Investigación de tipo No Experimental – Transeccional, donde concluyeron: Siendo el objetivo del presente estudio identificar el nivel de cumplimiento de los nueve Factores del TQM en el Sector restaurantes en la Región Lambayeque se observa un alto nivel del cumplimiento percibido de estos con valores promedio por encima de 4, lo cual facilitaría la implementación de sistemas de Gestión de Calidad en los restaurantes de la región. Todos los restaurantes de Lambayeque obtuvieron valores promedio superiores a 4.0 en todas las preguntas correspondientes al factor Planeamiento de la Calidad por lo que reconocen contar con metas específicas prestando atención al cumplimiento de sus políticas, considerando que las estructuras organizativas son pequeñas, se puede involucrar a los empleados en la ejecución de sus planes y políticas de calidad para conseguir las metas planteadas.

Ortiz (2017), “*Caracterización de la Gestión de Calidad y la Competitividad de las MYPES del Sector Servicio, Rubro Restaurant del Centro de Tumbes, año 2017*”. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración,

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Perú, donde se presentó el siguiente objetivo: Determinar, describir y analizar las características principales de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del centro de Tumbes, año 2017. Para la presente tesis se utilizó la siguiente metodología: Metodológicamente la investigación es de tipo aplicada con un nivel descriptivo cuantitativo y un tipo de diseño no experimental de corte transversal ya que se toma como referencia un determinado momento del tiempo como es el año 2017, y se concluyó lo siguiente: Se ha podido describir las características de la operativa de la gestión de calidad, toda vez que dicho nivel contribuye a que las MYPES que operan en el centro de la ciudad realicen una BUENA gestión de calidad en el sector servicios rubro restaurantes. Se determinó que las características sociales y de percepción de la gestión de calidad; toda vez que dichos niveles contribuyen a que las MYPES producen un impacto en la sociedad que les permite estar satisfechos en proyectar una BUENA gestión de calidad en el sector servicios rubro restaurantes. Se determinó que las características de precios y productos en la competitividad; toda vez que dichos niveles contribuyan a que las MYPES que operan en el centro de la ciudad ejerzan BUENA competitividad o sean competitivos en el sector servicios rubro restaurantes, a pesar de prevalecer sus precios ALTOS por la zona donde ejercen sus actividades.

Pérez (2017), *“Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y pequeñas Empresas, Rubro Cafeterías del Distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016”*, Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Perú, donde sostuvieron el siguiente objetivo: Analizar las principales características de la Gestión de Calidad en el

Servicio al cliente de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016. Como metodología se aplicó de la siguiente manera: tipo descriptiva, nivel aplicado con enfoque cuantitativo y de diseño no experimental y transversal, llegando a las siguientes conclusiones: Se concluye que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas, rubro Cafeterías del distrito de Villa Rica tienen entre 4 a 5 años de permanencia en el mercado, es decir estas empresas han posicionado la calidad de sus productos, teniendo como efecto la fidelización de clientes, por lo tanto van forjando empresas con alta calidad de atención al cliente y esto se ve reflejado en las ventas e ingresos económicos. La mayoría de estas MYPES cuentan con 1 a 3 colaboradores que generalmente son eventuales, esto hace referencia que estas empresas brindan trabajo a personas ya sea familiares y terceros, haciendo que su empresa se encuentre en la clasificación de empresa en crecimiento. Se concluye que la gran mayoría de los representantes, propietarios y agentes administrativos de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento acerca del término Gestión de Calidad, de igual manera la gran mayoría de los encuestados consideran que una buena gestión de calidad genera una mejora continua en la empresa. Así mismo indican que desarrollan sus actividades de manera planificada aplicando la gestión de calidad en atención al cliente. La gran mayoría de las MYPES encuestadas indican que realizan capacitaciones e incentivan a sus colaboradores con capacitaciones y con un trato y ambiente familiar existiendo un buen clima organizacional. A pesar de todo lo expuesto se concluye que parte de la población investigada no cuenta con planes estratégicos y con herramientas de motivación.

2.1.3 Locales

Hilario (2018), *“Gestión de Calidad en la capacitación de la MYPE, sector comercio, rubro venta minorista de artefactos electrodomésticos línea Blanca, Estudio De Caso: “Nuevo Milenium” Del Distrito De Imperial - Cañete, Año 2018”*, Tesis para optar El Título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, teniendo como objetivo, determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de la MYPE, sector comercio, rubro minorista de Artefactos Electrodomésticos, línea blanca, estudio de caso” “Nuevo Milenium” Distrito de Imperial 2018, siendo su metodología de nivel descriptivo, con un enfoque cualitativo y el diseño no experimental transversal. Llegando a las siguientes conclusiones, se da a conocer las técnicas modernas de la gestión de calidad y capacitación al personal, que aplica en las empresas detectadas a través de la entrevista realizada a la empresa. Se concluye que según entrevista realizada en relación al objetivo general. Se concluye que el Administrador y secretario de la” NUEVO MILENIUM” (MYPE) del Sector Comercio, Rubro Venta Minorista de Artefactos Electrodomésticos, línea blanca, estudio de caso “Nuevo Milenium” Distrito de Imperial 2018, son personas con mayores de 10 años de servicios ganadas con esfuerzo de trabajo en equipo, gracias a ello pueden resolver los Problemas con mayor facilidad y a la vez conociendo las estrategias de la empresa es un punto a su favor, se concluye que la entrevista fue aplicada en relación al primer objetivo específico”. Determinando sus “principales características de la MYPE el tiempo de servicio. En el rubro es de 16 años en el mercado gracias a ello hemos podido obtener buenos resultados en cuanto al objetivo de la meta trazada en cuanto a la gestión de calidad en gestionar y controlar los

procesos de la empresa a la vez garantiza el proceso de los clientes para así obtener mejores resultados como interno y mayor rentabilidad. La empresa, “saben lo que significa una gestión de calidad, utilizan la técnica de las 5s, asimismo tienen dificultades para implementarlas, aplican la técnica de la observación y mejora el rendimiento del negocio. Asimismo, la totalidad de las Micro y Pequeñas empresas (MYPES), si recibió capacitación para mejorar en cuanto en atención al cliente, se considera la capacitación como inversión, su personal si recibió algún tipo de capacitación y de acuerdo a la opinión del administrador y secretario, mencionaron que la capacitación mejora la rentabilidad de su empresa, se concluye que según aplicación de entrevista en relación al objetivo 3”

Huaman (2019), *“Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “Restaurant – Pollería Rodrigo ‘S”. San Vicente - Cañete, 2019”*, Tesis que opta el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, tiene como objetivo Describir las características de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “restaurant – pollería Rodrigo’s”. San Vicente – Cañete, 2019, Determinar las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “restaurant – pollería Rodrigo’s”. San Vicente – Cañete, 2019, Determinar la propuesta de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “restaurant – pollería Rodrigo’s”. San Vicente – Cañete, 2019. Investigación Tipo Cuantitativo, Nivel Descriptivo, Diseño transversal no experimental, técnica encuesta, instrumento cuestionario, población 23 MYPES, la muestra 382 clientes. Los resultados: El 100%

considera al cliente como prioridad, el 67% totalmente de acuerdo que el ambiente es acogedor y el 33% en desacuerdo, el 100% indica que no tienen un control de deficiencia, el 52% está de acuerdo con el tiempo que se lleva a cabo los servicios y el 39% en desacuerdo, el 62% está de acuerdo con la atención rápida y oportuna y el 35% en desacuerdo. Se concluyó la propuesta de mejora: que incluye el ambiente interno, mecanismos de control interno y la capacidad de respuesta a través de mejorar los tiempos de espera de los servicios.

Alejandro (2020), Indica su tesis titulada *“La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y el plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Jirón Enrique Palacios del Distrito de Chimbote, 2019”*. Tesis Postgrado Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tiene como objetivo Determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, 2019, la metodología de investigación tiene un diseño no experimental de corte transversal, de nivel descriptivo con enfoque cuantitativo, el recojo de información que ha utilizado en la investigación se ha realizado a 14 restaurantes, obteniendo un resultado del 85.71% , considerando la atención al cliente como factor relevante a la gestión de calidad de su empresa, por otro lado el 64.29% conoce la observación como técnica para medir el instrumento, mientras que el 57.14%, conocen el termino de atención al cliente, el 100% creen que la atención al cliente es fundamental para que regresen los clientes al establecimiento, se llega a la conclusión, la mayoría de los representantes consideran que es relevante el factor del clientes en la gestión de calidad, se aplican las técnicas modernas con atención al

cliente, para que regresen los clientes, teniendo como factor principal la calidad de atención personalizada y lograr la fidelización de los clientes en los restaurantes.

Luyo (2019), *“Caracterización de la gestión de calidad en la atención al cliente de la MYPE, rubro restaurante, caso: “El Huarco”, distrito de San Vicente, año 2019”* Tesis que opta el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, el cual se resume: El presente trabajo de investigación denominado “Caracterización de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019. Planteando el siguiente enunciado del problema ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, ¿Año 2019? Buscar establecer los factores de calidad, se planteó el siguiente Objetivo General: Identificar las características de la gestión de calidad en la Atención al Cliente de la MYPE, Rubro Restaurante, Caso: “EL HUARCO”, Distrito de San Vicente, Año 2019. El alcance fue local ya que se desarrolló en el Distrito de San Vicente. Asimismo, metodológicamente, la investigación tiene un enfoque cualitativo, un nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. la muestra fue el caso de estudio la MYPE, “EL HUARCO” se aplicó como técnica la entrevista a través del instrumento guía de entrevista. Como resultado de la entrevista al representante de la MYPE se observó mantiene una buena gestión de calidad para poder satisfacer al cliente al momento que ingresa al establecimiento; como también se brinda un buen servicio en la atención al cliente como sabemos la atención no se puede tocar, pero si sentir y a ello el cliente debe sentirse como en casa. Por lo tanto,

se concluye que aplicando la gestión de calidad vamos a poder brindar una buena atención a los clientes y poderlos fidelizar.

Meneses (2018), *“Caracterización de la gestión de calidad, en atención al cliente de las MYPES, sector servicio – rubro restaurant: caso “Plaza Restaurant”, cañete, 2018”*. Tesis que opta el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, el cual se resume de la siguiente manera: El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar las características de la Gestión de Calidad, en Atención al Cliente de las MYPES, sector servicio – rubro restaurant: caso “Plaza Restaurant”, Cañete, 2018. Por lo tanto, se ha planteado la siguiente problemática ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad, en Atención al Cliente de las MYPES, sector servicio – rubro restaurant: caso “¿Plaza Restaurant”, ¿Cañete, 2018? La investigación que se realizó es bajo el criterio del enfoque cualitativo, nivel de investigación Explorativa descriptiva, el diseño fue no experimental, transversal y se realizó considerando el método científico deductivo. Para la recopilación de datos se basó en una entrevista la cual contiene 12 (doce) preguntas que se efectuaron al dueño y demás personal vinculado al Sistema de Gestión de Calidad en atención al cliente del restaurant. Los resultados demostraron que el restaurante el cual fue sometido a la entrevista se pudo deducir que, si bien es cierto, tienen conocimiento de las estrategias que se tiene para la atención al cliente, es necesario que la capacitación al personal sobre la atención al cliente sea constante, asimismo se requiere innovar tanto en la oferta del producto como en el ambiente y estructura del restaurant. En conclusión, es necesario la innovación de las estrategias que se han podido dar a conocer en el presente trabajo

de investigación, tanto en la Gestión de Calidad y en la Atención al Cliente, por ejemplo, el uso de las TICs en la toma de pedidos y desarrollo del sistema de gestión.

2.2 Bases Teóricas De La Investigación

2.2.1 Atención Al Cliente

Cano. (2016). Sin duda alguna el Cliente es una pieza clave para la MYPE, ya que de ellos depende la rentabilidad y por ende la subsistencia de la organización, por tal motivo la MYPE debe de garantizar la buena atención a aquella persona que adquiere un producto o un servicio.

La Atención al Cliente es un conjunto de actividades que buscan servir a la persona con el fin de elevar su nivel de satisfacción y obtener una preferencia hacia la empresa y elevar la rentabilidad en base a la repetición de la compra.

Para López. (2013) la Atención al Cliente debe de observar y cumplir con los siguientes aspectos: “Contar con un Departamento de Atención al Cliente; Considerar las Fases del Proceso de Atención al Cliente, Contar con Procedimientos de Resolución de Quejas y Reclamaciones y Aplicación de la Normativa al Proceso de Quejas y Reclamaciones” Para el autor los aspectos mencionados son mecanismos estratégicos que le permiten a la organización (MYPE) tener una relación favorable con el cliente, ya que estos aspectos pueden tomar en cuenta la opinión, la molestia o la satisfacción de los clientes.

Ríos. (2012) afirma que los elementos que generan la buena atención del cliente son los siguientes: Cortesía y amabilidad de los empleados, tiempos de espera cortos de recepción de los servicios, dedicación del tiempo que cada cliente considera oportuno para él, disposición de la organización para resolver problemas,

eficacia en la resolución de conflictos, rapidez en la entrega de servicios y trato agradable y amabilidad percibidos.

Atención Al Cliente-Principios:

- ❖ La buena atención es fundamental para edificar lazos duraderos con los clientes.
- ❖ La organización depende del cliente, ya que este es importante para su progreso.

Para López (2013), la organización debe preocuparse en implementar mecanismos que permitan las buenas prácticas de relación hacia el cliente. Para el profesor Michael Porter, en una organización es fundamental que se desarrollen ventajas competitivas que le permitan diferenciarse de su competencia, la buena atención al cliente es una estrategia corporativa que permite obtener dicha ventaja. Las buenas prácticas de Atención al Cliente es algo que se desarrolla e implementa dentro de la organización y luego esta se verá reflejada al momento de interactuar con el cliente.

El Área De A Atención Al Cliente:

López (2013) argumenta que en una organización cuando se implementa de manera eficiente el área de atención al cliente esta podría hacerle alcanzar ventajas que le favorezcan: ∞ Incrementa la fidelidad del cliente. ∞ Genera aumento de participación en el mercado. ∞ Aumenta y le garantiza la rentabilidad de la empresa. ∞ Hace que los potenciales clientes se conviertan en reales clientes. ∞ La imagen y marca de la empresa crece.

Canales De Atención Al Cliente: Son aquellos medios o formas que organización elige para interactuar de manera eficiente con los clientes.

Cano. (2019) en su tesis, cita a López quien plantea los siguientes canales de Atención al Cliente:

Personal: es un canal directo que proporciona lazos más duraderos con los clientes.

Telefónico: las relaciones con los clientes se hacen a través de un tratamiento más homogéneo con ellos.

Impreso: es útil cuando el cliente desea interponer algún tipo de queja.

Electrónico: cada vez más común y de menor costo.

El Capital Humano Como Parte Del Área De Atención Al Cliente:

Las personas que forman parte de una organización deben de tener ciertas características o cualidades que puedan ser percibidas no solo por los que dirigen la organización (MYPE) sino también por los clientes, el área de atención al cliente no es ajena a esa percepción, por tal motivo la empresa citando a Idalberto Chiavenato en su libro de Administración de Recursos Humanos plantea lo siguiente: La empresas deben de darle al trabajador los elementos o recursos necesarios para que puedan hacer bien su trabajo. Estos recursos o elementos relacionados con el área de atención al cliente pueden ser.

❖ Capacitar a los trabajadores en temas relacionados a la buena atención. ∞

Motivar al personal para que cumplan las buenas prácticas de atención.

- ❖ Proporcionarle al trabajador los recursos necesarios para que estos puedan interactuar de manera más eficiente con los clientes.
- ❖ Instruir a los trabajadores sobre los beneficios o características que tienen los productos o servicios que van a vender u ofrecer, para que de esta forma el cliente se sienta más seguro al recibir la información.

Responsabilidad Del Área De Atención Al Cliente:

Las responsabilidades son diversas y todas están orientadas satisfacer al cliente.

- ❖ Comunicar inquietudes o recomendaciones a las demás áreas para fortalecer la buena atención al cliente.
- ❖ Proponer propuestas de mejora a la alta directiva en relación a a atención del cliente. Llevar un registro de reclamos de los clientes para observar sus molestias.
- ❖ Dar solución a esos reclamos para que el cliente sepa que se le toma en cuenta. Recibir sugerencias de los clientes.

Perfil Del Cargo:

Un representante de servicio al cliente es la persona que se encarga de proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a los productos o servicios que la empresa comercializa, por tal motivo esta persona debe de cumplir con las siguientes características:

- ❖ Debe ser tolerante.
- ❖ Debe de ser empático.
- ❖ Debe de tener capacidad técnica.

- ❖ Debe ser comunicador.
- ❖ Debe ser capaz de proporcionar resultados.

Fases De La Atención Al Cliente:

Son aquellas que conforman todo el flujo de gestión de relaciones.

- ❖ Capturar la demanda del cliente.
- ❖ Analizar y clasificar el registro, como duda, queja o solicitud.
- ❖ Registrar la demanda.
- ❖ Buscar la solución.
- ❖ Presentar la solución.
- ❖ Notificar cierre.
- ❖ Realizar la encuesta de satisfacción.

Satisfacción Al Cliente:

Para la MYPE uno de sus objetivos empresariales es conseguir que el cliente este contento y satisfecho no solo por el producto o servicio recibido, sino también por la forma como la empresa lo trata o atiende.

Ríos (2012), manifiesta lo siguiente: En la actualidad lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en su mente. El autor mencionado no se equivoca al referirse sobre ganarse un lugar en la mente del cliente, ya que las organizaciones de estos tiempos no solo buscan la fidelización, sino también posicionarse en la mente del consumidor, y la buena atención al cliente lo puede conseguir.

Evaluación Y Medición De La Atención Al Cliente:

Evaluar y medir la atención al cliente es totalmente necesario ya que esto es un mecanismo que le permite a la organización tener un panorama más claro sobre si

el cliente está totalmente satisfecho por la atención recibida. La MYPE tiene que implementar criterios de evaluación y de medición para percibir que tan contentos o comprometidos están los clientes con la MYPE.

Formas De Evaluación Y Medición:

- ❖ Estudio De Mercado.
- ❖ Encuestas.
- ❖ Analizar a la competencia de como tratan a sus clientes.
- ❖ Evaluar a mi personal en la atención al cliente para verificar su nivel de compromiso y por ende el trato brindado a los clientes.

Teorías Sobre La Atención Al Cliente:

Teoría de Equidad: Con respecto a la mencionada teoría, la satisfacción se genera toda vez que una parte sienta el nivel de resultados que es obtenido en un proceso, en alguna medida equilibrado con sus entradas a ese proceso como el coste, el tiempo y esfuerzo (Brook 1995).

Teoría de la Atribución casual: Declara que el cliente mira frutos de éxito y fracaso. El causal de la satisfacción se aplica.

Teoría de la Atribución Causal: Explica que el cliente ve resultado de una compra en términos de éxito o fracaso. La causa de la satisfacción se atribuye a factores internos tales como las percepciones del cliente al realizar una compra y a factor es externos como la dificultad de realizar la compra, otros sujetos o la suerte (Brooks 1995).

Teoría del Desempeño o Resultado: Propone que la satisfacción del cliente se encuentra directamente relacionada con el desempeño de las características del

producto o servicio percibidas por el cliente (Brooks 1995). Se define el desempeño como el nivel de calidad del producto en relación con el precio que se paga por él que percibe el cliente. La satisfacción, por tanto, se equipará al valor, donde el valor es la calidad percibida en relación al precio pagado por el producto y/o servicio (Johnson, Anderson y Fornell 1995).

Teoría de las Expectativas: Sugiere que los clientes conforman sus expectativas al respecto del desempeño de las características del producto o servicio antes de realizar la compra. Una vez que se produce dicha compra y se usa el producto o servicio, el cliente compara las expectativas de las características de éstos de con el desempeño real al respecto, usando una clasificación del tipo “mejor que” o “peor que”. Se produce una disconformidad positiva si el producto o servicio es mejor de lo esperado mientras que una disconformidad negativa se produce cuando el producto o servicio es peor de lo esperado. Una simple confirmación de las expectativas se produce cuando el desempeño del producto o servicio es tal y como se esperaba. La satisfacción del cliente se espera que aumente cuando las disconformidades positivas aumentan (Liljander y Strandvik 1995).

La teoría de brechas: Algunos autores defienden esta la teoría basada en las disconformidades, es decir, en la valoración de la calidad de servicio percibida como un desajuste entre las expectativas y las percepciones de resultados. Respecto a las expectativas, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) sugirieron que dicho término había recibido tratamiento distinto dependiendo del tipo de artículo en que apareciera, en la literatura relativa a la satisfacción el término se había usado dándole el significado de predicciones del desempeño del servicio, mientras que en la

literatura relativa a la calidad de servicio las expectativas se trataban como aquello que el proveedor del servicio debería ofrecer.

La teoría de la catástrofe, uso de la lógica difusa: La mayoría de los modelos de satisfacción del cliente suponen una relación lineal entre varias causas, como las disconformidades de las expectativas, con la reacción del cliente respecto al producto o servicio. Sin embargo, Oliva, Oliver y Bearden (1995) pusieron de manifiesto la implicación del cliente con un producto o servicio que presentaba situaciones en las que no existe una relación lineal entre causas y la reacción del cliente.

2.2.2 Gestión De La Calidad

La Gestión de Calidad es una herramienta fundamental para toda organización ya que de ella dependerá el éxito de la misma, no obstante carecer de ella (Calidad) significaría el fracaso total de la MYPE, ya que en estos tiempos el cliente tiene su propia visión de lo que espera recibir de la empresa, en relación al producto o servicio.

Según Chiavenato (2002) La calidad total, es una filosofía de gestión que supone el involucramiento de todos los miembros de la organización en la búsqueda constante de auto superación y perfeccionamiento continuo

Según Horovitz (1991) La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave.

Según López (2005) La calidad tiene varios significados que dependen del contexto en que se utilice. Así existen dos tipos de calidad que son la interna, entendida como la manera cómo una organización administra la calidad de sus

procesos, productos, servicios y la calidad externa, que es la percepción del cliente, consumidor o usuario que tiene respecto del producto o servicio que compra o utiliza. Para garantizar lo mencionado arriba por dichos autores, es fundamental que la MYPE desarrolle e implemente estrategias que garanticen la aceptación del producto o del servicio, que de alguna forma la MYPE se pueda diferenciar en su contexto actual de cómo era presentado el producto o el servicio antiguamente donde carecían de calidad y además el cliente no era tan exigente como lo es hoy.

A) William Deming, Lo 14 Puntos O Principios:

Para el gurú de la Calidad, la Calidad en una forma predecible de uniformidad y confianza a bajo costo desarrollado para satisfacer las necesidades del mercado.

Crear constancia, para la mejora del producto y/o servicio: Toda dificultad involucra resultados. La corporación necesariamente tiene que implementar medios para la proyección de plazos prolongado, así como también invertir en educación e investigación y de igual forma mejorar permanentemente los bocetos de servicios o productos novedades que le permitan ser competitivo y permanente en el mercado.

Tomar nueva doctrina de Cooperación: No es permitido niveles, que comúnmente se aceptan como errores y/o defectos, metodología obsoleta de adiestramiento o la supervisión poco efectiva, esto generara que los efectos negativos los tenga que pagar el cliente.

Desistir de la dependencia en inspección masiva para lograr la calidad: Los procesos es el resultado de la calidad, mas no el resultado de inspecciones. En tal sentido se determina que la inspección no mejora y garantiza la calidad. La

fabricación es el inicio de la calidad de un producto en tal sentido la inspección resulta ser un proceso poco eficiente y muy costoso.

Culminar la costumbre de adquirir con los más bajos precios: Reducir los costos totales de las compras es el objetivo a plazos prolongados. Muchas veces las materias primas poseen gran valor, pero no es determinante para el producto final. Por tal motivo es primordial relacionarse con proveedores a largo plazo para que de esta forma se puedan garantizar los insumos y que de esta forma no genere variaciones en el producto.

Constante mejora y permanente de servicios, planeación y producción: La permanente mejora de los procesos da como resultado el buen manejo de los recursos como el talento humano, adiestramiento y la contribución de explotar su talento en contribución a un producto de calidad y producción.

Implementar la capacitación o adiestramiento: Según Ishikawa, la calidad empieza con educación y termina con educación. La capacitación constante no solo es para el talento operativo sino también gerencial, intentado aprovechar al máximo el ingenio de todas personas que intervienen en la ejecución del producto o servicio. Las capacitaciones no podrán rendir frutos si se persiste en poner obstáculos que no aporten al trabajo. Por otro lado, las corporaciones de manera interna tienen el deber de preocuparse por comunicar y contabilizar las bondades que la capacitación tienen para una mejor toma de decisiones.

Adoptar y establecer el liderazgo: los líderes deben enfocarse en la mejora de los sistemas, talento humano y herramientas tecnológicas mas no la modificación de los productos, así como también las barreras que logran entorpecer la

productividad y el trabajo productivo. Según Deming, los líderes deben conocer el trabajo que realizan y empaparse de las problemáticas y condiciones que requieren de corrección o mejoría. **Eliminar los miedos y construir confianza:** Esto es esencial para la efectividad. Ningún profesional o técnico puede dar lo mejor de sí hasta que se sienta seguro. Administrar con miedo hará que las personas oculten los problemas existentes en el trabajo. Alrededor del 90% de los problemas son parte del sistema – W. Edwards Deming .

Romper las barreras entre los departamentos: El trabajo en equipo es necesario en toda la organización. Para eliminar las barreras, la organización puede implementar la gestión por procesos (un enfoque multi-departamental) basado en el mutuo beneficio que abarque toda la organización.

Eliminar eslóganes, exhortaciones y metas a la fuerza laboral: Para Deming, este tipo de comunicaciones generan frustración en los colaboradores, así como relaciones de rivalidad pues de fondo lleva exigencias y presiones limitantes como: Nuestra meta es cero defectos. El problema con los eslóganes y exhortaciones es que vienen de la gerencia con el supuesto de que la gente puede lograr cero defectos, mejoras en la calidad y productividad con solo esforzarse más – W. Edwards Deming

Eliminar las cuotas numéricas y la gestión por objetivos: la finalidad como: reducir costos en un 36% ó incrementar la calidad en un 7% la connotación es nula por si sola si no se acompaña de algún sistema.

Remover las barreras que impiden el orgullo de un trabajo bien hecho:

Constituye la eliminación del método meritocrático que brinda niveles a las personas puesto que esto genera conflictos y competencia.

Instituir un programa vigoroso de capacitación y auto-mejora: las

empresas no solo requieren de buenas personas, también de personas con formación en educación formal.

Tomar acción para llevar a cabo la transformación: Sin ejecución no hay

resultados. Una gerencia con autoridad luchará para establecer los 13 puntos anteriores. Una gerencia comprometida explicará a sus empleados el por qué el cambio es necesario, y que la transformación involucrará a todos. Deming puso en práctica estos principios en organizaciones japonesas teniendo una trascendencia de índole internacional, ya que estos principios pudieron reactivar la economía de dicho país, lo cual consistía en desarrollar una buena gestión direccionada por la calidad.

B) Robbins Y Coulter: Calidad:

Planeamiento de la Calidad: Una organización está guiada por objetivos

estratégicos que le permiten funcionar de manera óptima, estos objetivos deben de fortalecer y mejorar la forma de como plantean la calidad en su gestión y en la forma de desarrollar productos y servicios, para estos autores como Robbins y Coulter la calidad va a depender de aquellas personas que son responsables de la dirección de la empresa (MYPE), de cómo y hacia donde la orientan y si tienen en cuenta al cliente que espera recibir algo bueno.

Organización y la forma de liderar para conseguir la calidad: Los

gerentes deben de analizar su entorno para conocer el obrar de sus dirigidos y de esta

forma en conjunto garantizar la calidad en sus actos desempeñados dentro de la organización.

C) La Calidad Como Meta:

Calidad: cualidad de un producto o servicio que genera confiabilidad para satisfacer las expectativas de los clientes.

ISO 9000: Estándares internacionales para la buena gestión de la calidad que establecen las bases en los procesos que garanticen que los productos se ajusten a las necesidades de los clientes.

Six Sigma: estándares de calidad que establecen metas de no más de 3.4 defectos por millón de unidades o procedimientos.

D) El Ciclo Deming:

Es una herramienta que garantiza la mejora continua para alcanzar la calidad en las organizaciones, desarrollada por cuatro pasos:

Planear: Se definen los planes y la visión de la meta que tiene la organización (MYPE) en donde quiere estar en un tiempo determinado. Se establecen el objetivo, que permitan realizar un diagnóstico para conocer la situación actual de la organización.

Hacer: Se implementa un plan de trabajo, y se hace uso del control para garantizar su funcionamiento.

Verificar: Se comparan los resultados planeados con los alcanzados realmente.

Actuar: Se aplican acciones que permitan alcanzar lo planeado. Borrego (2009) menciona que el Ciclo Deming es utilizado entre otras cosas para la mejora continua de la calidad dentro de una empresa.

E) Dimensiones Del Sistema De Gestión De Calidad Bajo La Norma Iso 9001.

Dimensión 1: Mejora continua de la calidad del producto y servicios: Es la parte fundamental del sistema de gestión de la calidad, consiste en la planificación, ejecución, medición y evaluación (ciclo PDCA) que permitan a la organización tomar acciones de mejora en su totalidad.

Dimensión 2: Control de riesgo: El riesgo y la incertidumbre es algo que siempre debe de ser considerado por la organización (MYPE), sobre todo cuando se carece de Calidad, el control le facilita a la organización poder afrontar ese riesgo.

Dimensión 3: Productividad y eficacia: cuando la organización cuenta con herramientas y recursos adecuados podemos decir que la forma de funcionar es correcta y por ende la organización se convierte en una empresa productiva y eficaz.

Dimensión 4: expectativas y atención de necesidades en las partes interesadas: Las organizaciones deberán de establecer mecanismos que faciliten la buena atención hacia los clientes.

Dimensión 5: Mejor aseguramiento en el cumplimiento de los objetivos: Al respecto la norma ISO (2008) plantea: que los objetivos de la calidad son metas que se logran en etapa de planificación y la política de calidad empresarial. Cuando se desarrollen objetivos de calidad, deberán ser aquellas que vayan con el avance de políticas de calidad.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Calidad:

Philip. (1998) define qué calidad es la conformidad con las necesidades o cumplimiento de los requisitos.

Según Feigenbaum (1997), la calidad del producto y servicio puede definirse como, la resultante total de las características de los mismos, en cuanto a mercadotecnia, ingeniería, fabricación y mantenimiento, por medio de las cuales el producto o servicio en uso satisfacerla las expectativas del cliente.

2.3.2 Gestión de calidad:

Goetsch y Davis (2014) precisan que la gestión de calidad es la principal herramienta para mejorar los procesos de control y planeamiento asegurando la mejoría de calidad en una empresa.

Atención Al Cliente:

Serna. (2006) define que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

2.3.3 Restaurantes:

Hernández. (2009) manifiesta que los restaurantes son establecimientos destinados a presentar servicios de restauración: desayuno o, comidas, bebidas, son lugares de encuentro de reunión, lo que forma parte de la cultura y de las costumbres geográficas al presentar características peculiares según las mismas.

2.3.4 Producto:

Kotler. y Armstrong., definen que "Es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad"

2.3.5 Servicio:

Según, Kotler, Bloom y Hayes Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo.

2.3.6 Proceso:

Para Agudelo y Escobar Es un conjunto de actividades, debidamente ordenadas, que tienen por objetivo obtener una circunstancia u acto específico. Un proceso se puede aplicar a infinidad de ciencias y circunstancias.

2.3.7 Clientes:

Según la American Marketing Association, el cliente es el comprador potencial o real de los productos o servicios.

2.3.8 Fidelización:

Escamilla. (2020) La fidelización del cliente consiste en retener clientes ganados, que continúan comprando tus productos o servicios gracias a las experiencias positivas que han tenido con tu empresa. Para esto, es necesario un conjunto de interacciones satisfactorias, que desarrollarán una relación de confianza con la clientela a largo plazo.

2.3.9 Imagen:

Paul Capriotti (2012) La imagen es una representación mental, concepto o idea que tiene un público acerca de una empresa, marca, producto o servicio.

2.3.10 Pulcritud:

Marcelo Jara (2021) Es un aspecto clave, debido a que, si no se practica, el ambiente se verá afectado por no tener condiciones higiénicas para trabajar.

2.3.11 ¿Qué Es Una Mype En El Perú?

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. **SUNAT**

III. HIPÓTESIS

Para la realización de la tesis no se desarrollará Hipótesis, ya que no todas las investigaciones descriptivas las utilizan, dependerá mucho del tipo de estudio que se realizará y si se pronosticará un hecho o dato. (Hernández R) Metodología de la Investigación (Cp.6)

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño

4.1.1 El tipo de Investigación.

El tipo de la investigación de la tesis fue cuantitativo, porque permitió cuantificar los datos obtenidos y la utilización de herramientas que nos llevó a realizar un análisis mediante el uso de tablas y gráficos.

Cuantitativa: Desarrollado en herramientas tan conocidas como, encuestas, censos, estadísticas cerradas y test y escalas de opinión. **Alonso (1998)**

4.1.2 Nivel de la Investigación de la tesis.

El nivel de la investigación de esta tesis fue descriptivo, porque nos permitió describir las cualidades más relevantes de la MYPE de estudio.

Descriptivo: Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. (Tamayo, 2004).

4.1.3 Diseño de la investigación.

El diseño de la investigación en la presente tesis fue Transversal y experimental.

Hernández, Fernández, y Batista. (2010), “Los diseños de la Investigación transversal recogen datos en un solo momento, en un tiempo único. Su finalidad es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.151)

No Experimental: Según **Bernal (2010)**, indica que se realizara sin operar premeditadamente las variables, se debe de observar los fenómenos tal como se encuentra en su contexto. (p.43)

4.2 El universo y Muestra.

El Universo: Totalidad del fenómeno a estudiar, personas o elementos cuya situación se está investigando (Tamayo, 2004).

La Población: Fue compuesta por 8 micro y pequeñas empresas del rubro restaurante del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021

Muestra: Es una reducida parte de un todo, de la cual nos servimos para describir las principales características de aquella parte representativa de la población que se investiga (Tamayo, 2004).

Muestra: La presente investigación se determinó por muestreo Probabilístico censal para determinar el número de las Mypes a investigar.

Ramirez (1997), indica que el muestreo censal es toda aquella donde las unidades de investigación se consideran como muestra.

Zarcovich (2005), La muestra censal representa al total de la población debido a que es de proporción pequeña y finita. (p.3)

Se aplicó a los 8 representantes de la Micro y Pequeña empresa del sector servicio, rubro Restaurante, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021

4.3 Definición y Operacionalización de Variable

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	CONCEPTO	INDICADORES	ESCALA
Atención Al Cliente	<p>Serna, (2006) define que: El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.</p>	<p>Se procederá con la propuesta de mejora de Atención Al Cliente para la micro y pequeña empresa.</p>	Calidad de Servicio	<p>Define qué calidad es la conformidad con las necesidades o cumplimiento de los requisitos. Philip. (1998)</p>	Calidad	Likert
					Rapidez	
					Trato	
			Pulcritud	<p>Es un aspecto clave, debido a que, si no se practica, el ambiente se verá afectado por no tener condiciones higiénicas para trabajar Marcelo Jara (2021)</p>	Limpieza	
					Espacio	
					Bioseguridad	
			Imagen	<p>La imagen es una representación mental, concepto o idea que tiene un público acerca de una empresa, marca, producto o servicio. Paul Capriotti (2012)</p>	Infraestructura	
					Orden	
					Calidad de Producto	
Gestión De Calidad	<p>San Miguel, (2010) “Un Sistema de Gestión de Calidad es el conjunto de sistemas formado por la estructura organizativa, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para asegurarse de que todo los productos y servicios suministrados a los clientes satisfacen sus necesidades así como las expectativas”.</p>	<p>Se determinara la propuesta de mejora de la Gestión de Calidad de la micro y pequeña empresa.</p>	Producto	<p>Es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad Kotler y Armstrong (2013)</p>	Aceptación	
					Precio	
					Variedad	
			Servicio	<p>Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Según, Kotler, Bloom y Hayes (2004)</p>	Satisfacción del cliente	
					Cumplimiento	
					Proceso	<p>Es un conjunto de actividades, debidamente ordenadas, que tienen por objetivo obtener una circunstancia u acto específico Para Agudelo y Escobar (2007)</p>
Proceso						
Calidad						

4.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

A. Técnicas

Se utilizó como técnica la encuesta.

Técnica: Es la parte operativa del diseño investigativo. Hace relación al procedimiento, condiciones y lugar de la recolección de datos (Tamayo, 2004).

B. Instrumentos

El instrumento que se utilizó fue un cuestionario con 23 preguntas.

Instrumento: Ayuda o elementos que el investigador construye para la recolección de datos a fin de facilitar la medición de los mismos, ejemplo: Encuestas, cuestionarios, entrevistas, escalas etc. (Tamayo, 2004).

4.5 Plan de Análisis.

Alarcón y Gutiérrez (2013) explican que: El Plan de Análisis describe las medidas de resumen de las variables a estudiar, (Gestión de Calidad y Atención al Cliente, variables de la presente tesis), como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo y para la tabulación de los datos, elaboración de cuadros y gráficos se utilizará el programa, Microsoft Excel, a los datos se aplicarán medidas estadísticas de acuerdo a la naturaleza de las variables en estudio y los resultados se presentarán en cuadros y gráficos estadísticos.

La información que se obtendrá a través de las encuestas permitirá agrupar los resultados de cada una de las dimensiones de las variables a estudiar y de manera global en cuadros estadísticos.

4.6 Matriz de Consistencia.

Planteamiento del problema	Objetivos de la investigación	Variables	Población y muestra	Metodología y diseño de investigación	Instrumento
¿Cuál es la propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, sector viales, San Vicente – cañete, 2021?	Objetivos generales:	Variable 1	La Población: fue compuesta por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio, del sector Viales del distrito de San Vicente. Muestra: La muestra principal Probabilístico censal, fue a 8 representantes de la micro y pequeñas empresas del sector servicio, del sector Viales del distrito de San Vicente.	Tipo de Investigación: Cuantitativo Nivel de Investigación: Descriptivo Diseño de Investigación: Corte Transversal No Experimental	Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario. Procedimiento: Herramienta Microsoft Excel
	Determinar Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete,2021	Atención al Cliente			
	Objetivos específicos:	Variable 2			
	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los factores de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete,2021 • Describir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete,2021 • Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021. 	Gestión de Calidad			

4.7 Principios Éticos.

El presente trabajo de investigación se elaboró de acuerdo a Principios Bioéticos inalienables al ámbito de la investigación científica, Propuesto por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote los cuales son:

4.7.1 Protección a la persona:

Para toda investigación la persona nunca será el medio, sino el fin, en tal sentido es necesario contar con mecanismo de protección, con el objetivo de determinar el riesgo que pueda caer y las posibilidades de tener un beneficio.

Los estudios en las que incluyan personas, se deberá considerar la Dignidad Humana, su Diversidad, Identidad, Reserva y Privacidad. El principio no únicamente es aplicable a personas libres y voluntarias con información adecuada, también es aplicable a personas con situación de vulnerabilidad, teniendo en cuenta el respeto a sus derechos fundamentales.

4.7.2 Cuidado del Medio Ambiente y la Biodiversidad:

Se deberá tomar medidas de prevención para no causar daño y respetar la vida silvestre y medio ambiente muy sobre cualquier proyecto científico.

4.7.3 Libre Participación y Derecho a estar informado:

El participante de la investigación debe estar informado de los propósitos y finalidades del proyecto que desarrolla, así como también la propia voluntad de participar.

Toda investigación deberá ser de forma voluntaria, libre, informada, específica e inequívoca; el cual el sujeto de investigación otorgue datos conscientes para el los fines de investigación del proyecto.

4.7.4 Beneficencia no Maleficencia:

Deberá velar por el bienestar del participante de la investigación sin causar daños ni perjuicios.

4.7.5 Justicia:

Se debe tomar una postura de juicio razonable, ponderable y capacitación para las limitaciones del participante.

Reconociendo que la justicia y equidad a las personas participantes y el derecho a sus resultados. Así como también la obligación del investigador el trato igualitario y equitativo hacia el participante.

4.7.6 Integridad Científica:

La integridad o rectitud deberá regirse no únicamente en actividad científica de un investigador, sino que deberá extender sus modalidades de enseñanza y actividades profesionales. La integridad del investigador resulta relevante cuando, en función a las normas profesionales se evalúa y declara daño y riesgo en la investigación. De la misma forma debe mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que puedan variar el curso del estudio la comunicación de los resultados.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1.

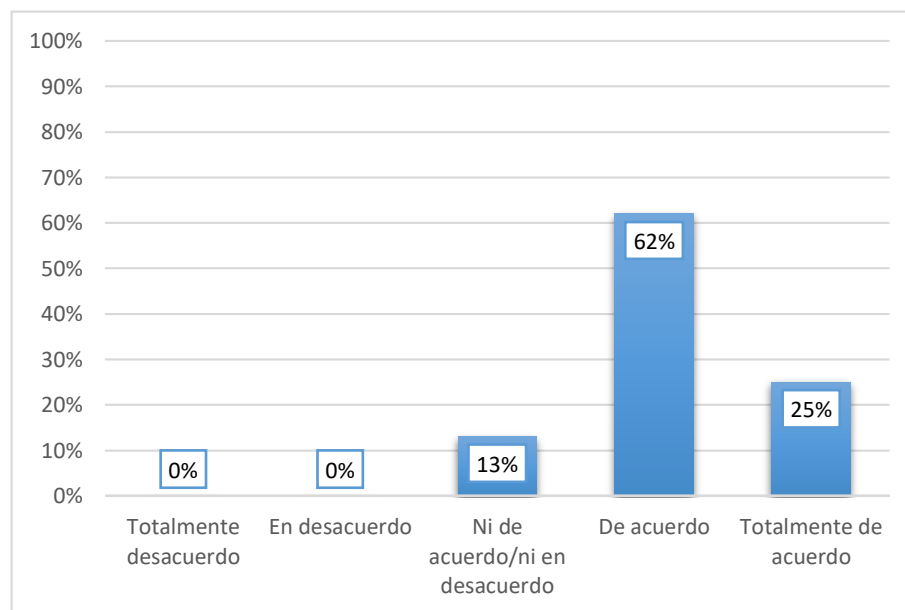
La calidad de la atención.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	1	13.00%	13%
De acuerdo	5	62.00%	62%
Totalmente de acuerdo	2	25.00%	25%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 1.

La calidad de la atención.



Fuente: Tabla 1

Interpretación: En la tabla y figura 1, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 62% está de acuerdo, el 25% se encuentra totalmente de acuerdo, mientras que 13% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo con respecto a la calidad de la atención de la mencionada.

Tabla 2.

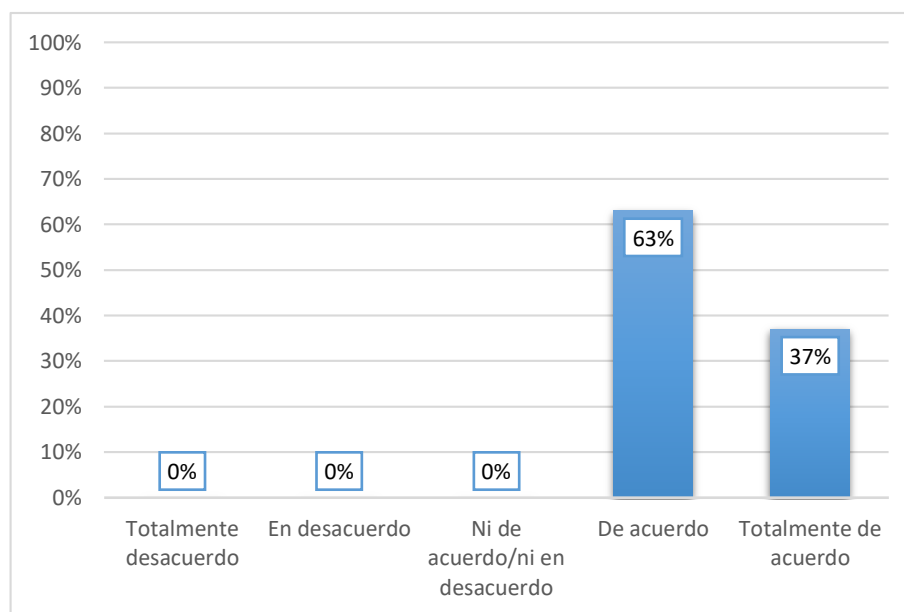
Rapidez del servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	0	0.00%	0%
De acuerdo	5	63.00%	63%
Totalmente de acuerdo	3	37.00%	37%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 2.

Rapidez del servicio.



Fuente: Tabla 2

Interpretación: En la tabla y figura 2, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 63% se encuentra de acuerdo mientras que el 37% se encuentra totalmente de acuerdo con respecto a la rapidez del servicio que el restaurante ofrece.

Tabla 3.

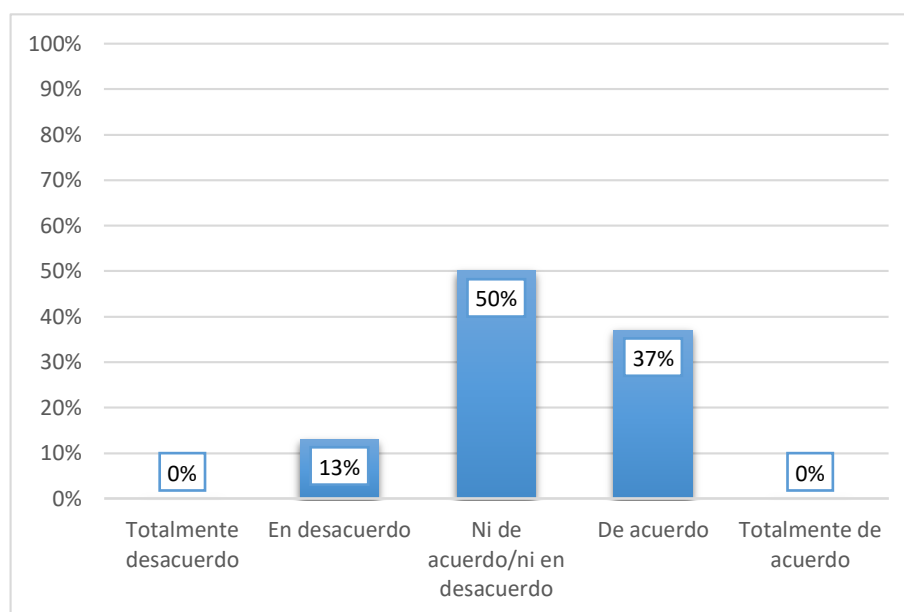
Personalización de la atención que se brinda.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	1	13.00%	13%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	4	50.00%	50%
De acuerdo	3	37.00%	37%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 3.

Personalización de la atención que se brinda.



Fuente: Tabla 3

Interpretación: En la tabla y figura 3, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 50% no se encuentra ni de acuerdo/ ni desacuerdo, el 37% se encuentra de acuerdo y el 13% en desacuerdo con respecto a la atención personalizada que el restaurante ofrece a sus comensales.

Tabla 4.

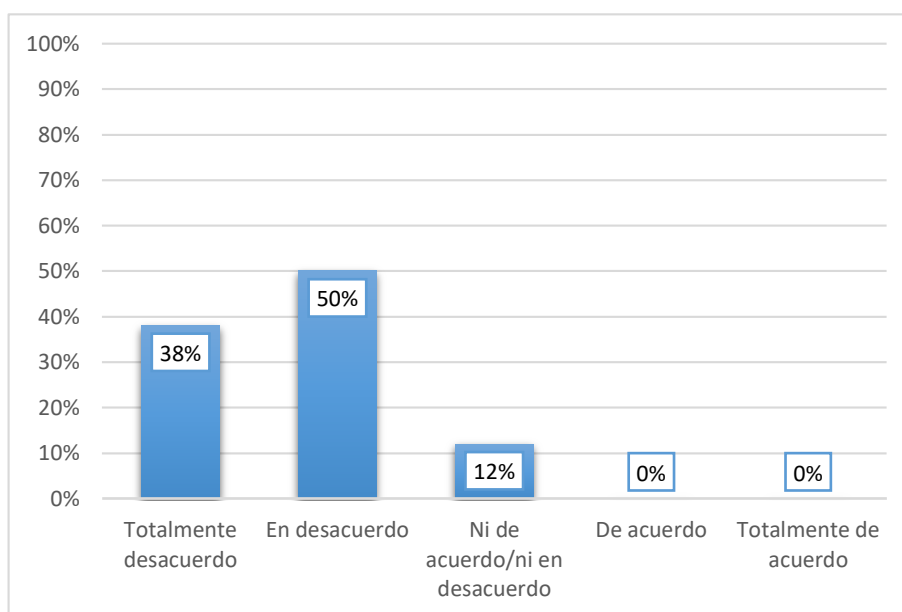
Capacitaciones al personal.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	3	38.00%	38%
En desacuerdo	4	50.00%	50%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	1	12.00%	12%
De acuerdo	0	0.00%	0%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 4.

Capacitaciones al personal.



Fuente: Tabla 4

Interpretación: En la tabla y figura 4, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 50% se encuentra en desacuerdo, el 38% se encuentra totalmente desacuerdo, y el 12% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo, interpretándose que son pocos los restaurantes que Capacitan a su personal para una mejor atención.

Tabla 5.

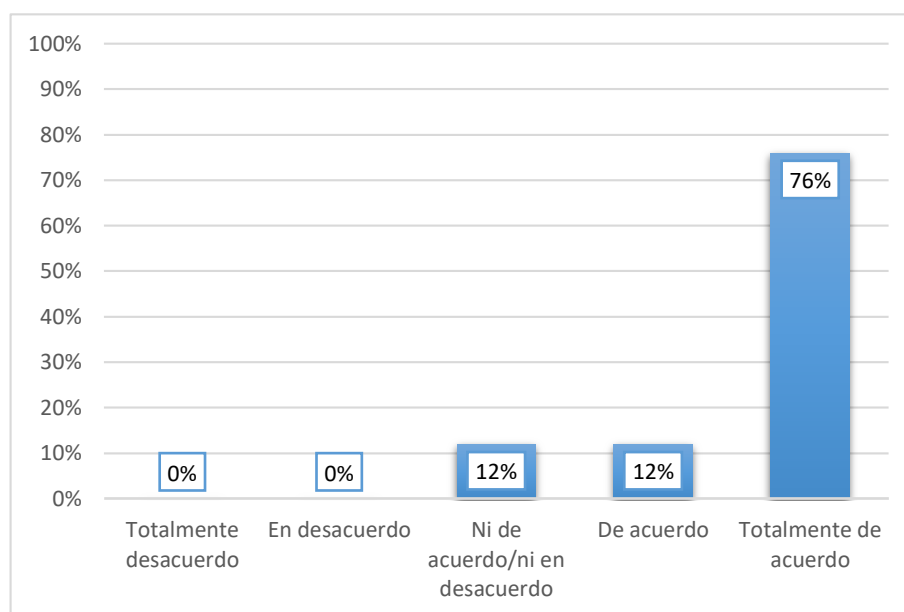
El restaurante cuenta con una limpieza adecuada en el establecimiento.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	1	12.00%	12%
De acuerdo	1	12.00%	12%
Totalmente de acuerdo	6	76.00%	76%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 5.

El restaurante cuenta con una limpieza adecuada en el establecimiento.



Fuente: Tabla 5

Interpretación: En la tabla y figura 5, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 76% está totalmente de acuerdo, el 12% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo mientras y el 12% está de acuerdo con respecto a la limpieza adecuada que el establecimiento ofrece.

Tabla 6.

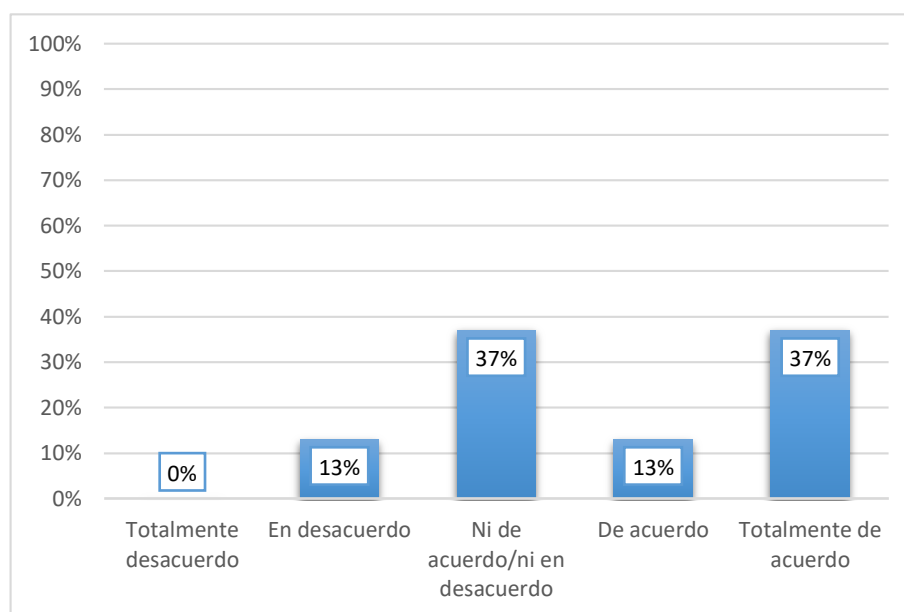
Los espacios del establecimiento son aceptables.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	1	13.00%	13%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	3	37.00%	37%
De acuerdo	1	13.00%	13%
Totalmente de acuerdo	3	37.00%	37%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 6.

Los espacios del establecimiento son aceptables.



Fuente: Tabla 6

Interpretación: En la tabla y figura 6, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 37% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo, el 37% está totalmente de acuerdo, el 13% se encuentra en desacuerdo y el 13% está de acuerdo con respecto a los espacios que el establecimiento ofrece al público.

Tabla 7.

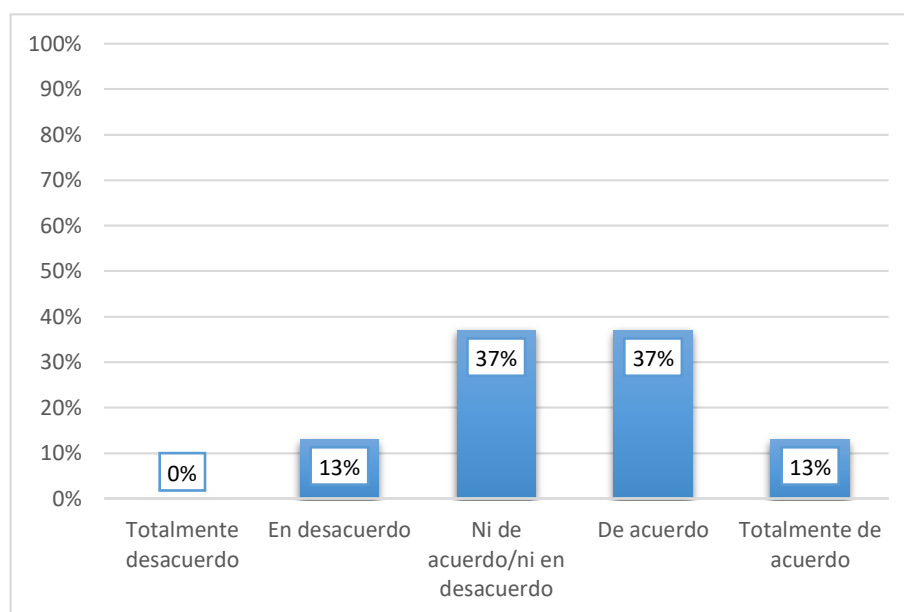
Existe un correcto uso del protocolo de bioseguridad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	1	13.00%	13%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	3	37.00%	37%
De acuerdo	3	37.00%	37%
Totalmente de acuerdo	1	13.00%	13%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 7.

Existe un correcto uso del protocolo de bioseguridad.



Fuente: Tabla 7

Interpretación: En la tabla y figura 7, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 37% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo, el 37% está de acuerdo, el 13% se encuentra en desacuerdo, mientras que el 13% está totalmente de acuerdo con respecto a la calidad de la atención de la mencionada.

Tabla 8.

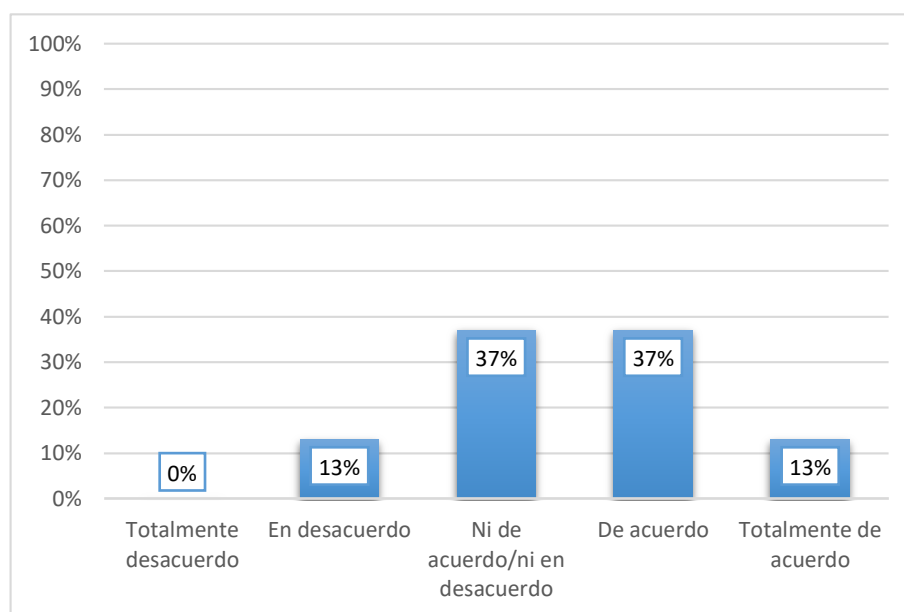
Se percibe un lugar cogedor.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	1	13.00%	13%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	3	37.00%	37%
De acuerdo	3	37.00%	37%
Totalmente de acuerdo	1	13.00%	13%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 8.

Se percibe un lugar cogedor.



Fuente: Tabla 8

Interpretación: En la tabla y figura 8, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales, el 37% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo, el 37% está de acuerdo, el 13% se encuentra en desacuerdo, mientras que el 13% está totalmente de acuerdo con respecto a que si el establecimiento es percibido como un lugar cogedor.

Tabla 9.

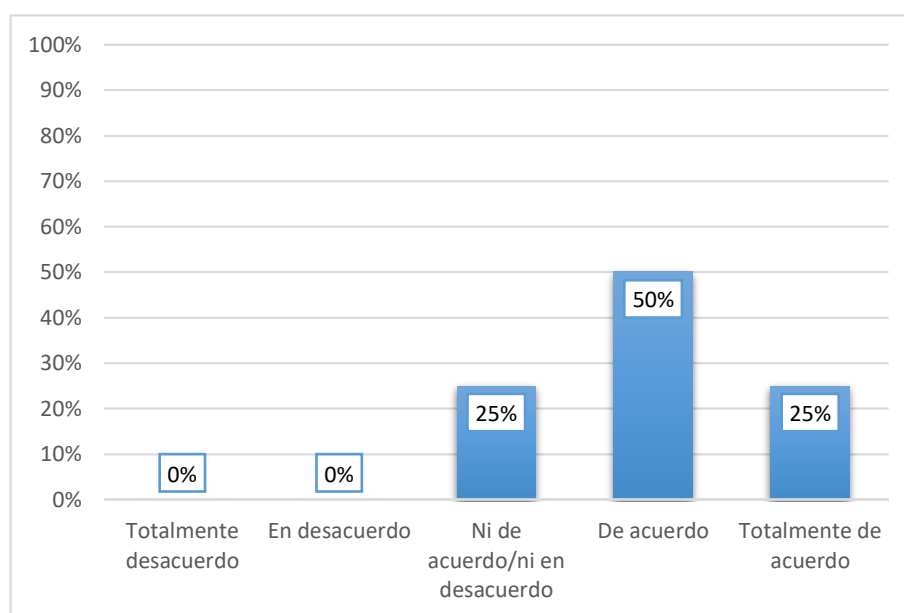
Orden en el establecimiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	2	25.00%	25%
De acuerdo	4	50.00%	50%
Totalmente de acuerdo	2	25.00%	25%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 9.

Orden en el establecimiento.



Fuente: Tabla 9

Interpretación: En la tabla y figura 9, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales, el 50% está de acuerdo, el 25% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo mientras que el 25% está totalmente de acuerdo con respecto al orden que establecimiento ofrece al público.

Tabla 10.

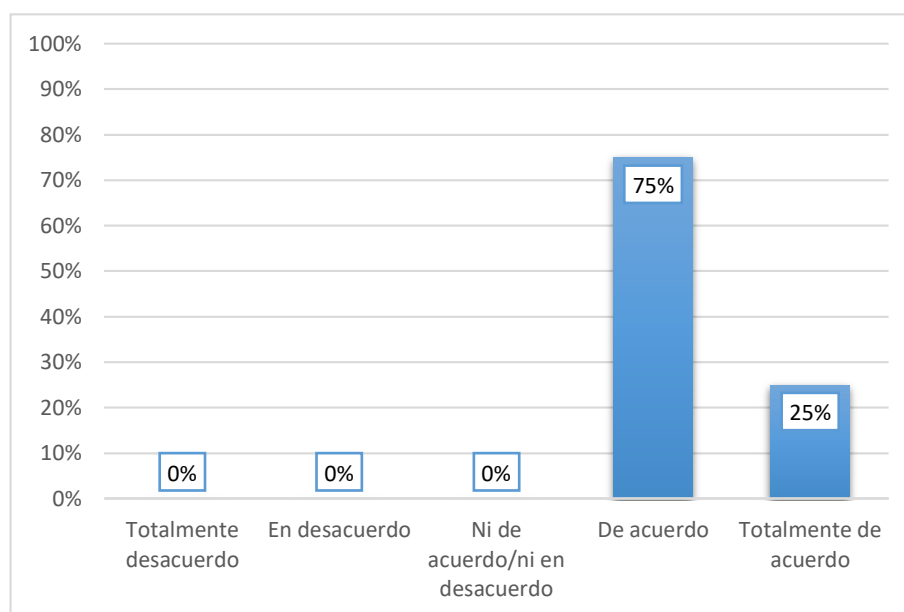
Calidad de los productos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	0	0.00%	0%
De acuerdo	6	75.00%	75%
Totalmente de acuerdo	2	25.00%	25%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 10.

Calidad de los productos.



Fuente: Tabla 10

Interpretación: En la tabla y figura 10, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales, el 75% está de acuerdo mientras que el 25% está totalmente de acuerdo con respecto a la calidad de los productos ofrecidos.

Tabla 11.

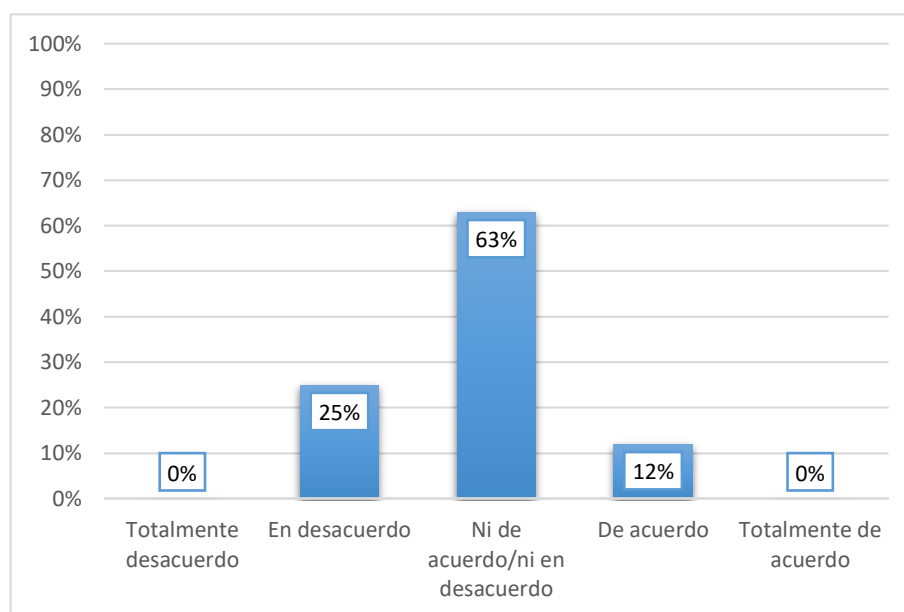
Presentación adecuada del personal.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	2	25.00%	25%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	5	63.00%	63%
De acuerdo	1	12.00%	12%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 11.

Presentación adecuada del personal.



Fuente: Tabla 11

Interpretación: En la tabla y figura 11, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales, el 63% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo, el 25% está en desacuerdo mientras que el 12% está de acuerdo con respecto a la presentación que el personal ofrece al público.

Tabla 12.

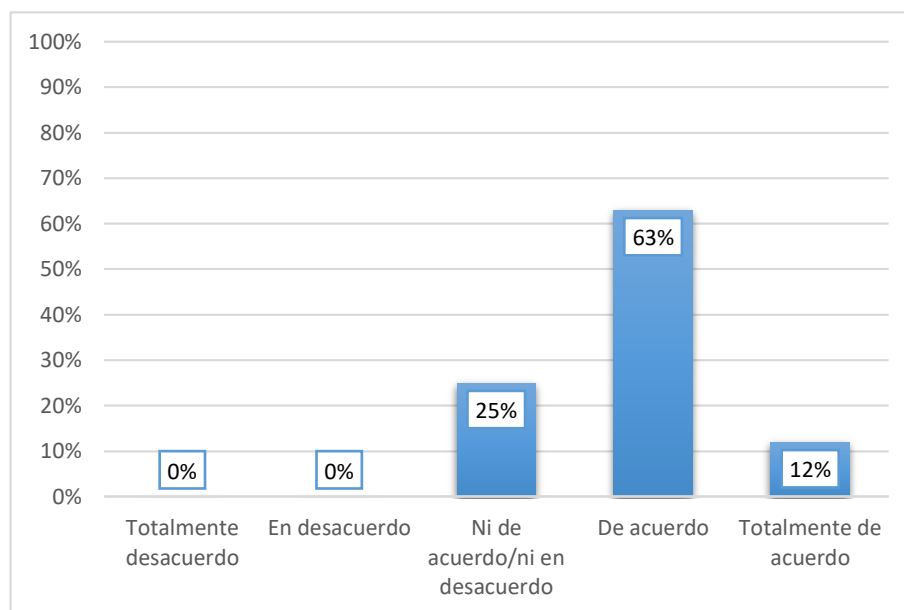
Productos aceptables.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	2	25.00%	25%
De acuerdo	5	63.00%	63%
Totalmente de acuerdo	1	12.00%	12%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 12.

Productos aceptables.



Fuente: Tabla 12

Interpretación: En la tabla y figura 12, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector, el 63% se encuentra de acuerdo, el 25% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo mientras que el 12% está totalmente de acuerdo con respecto a que si los productos ofrecidos resultan de calidad.

Tabla 13.

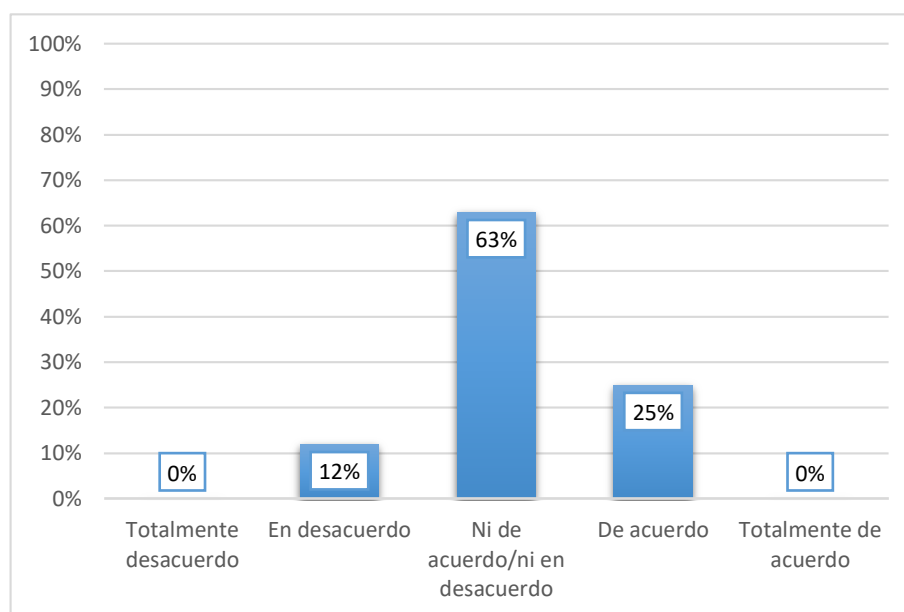
Variedad de producto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	1	12.00%	12%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	5	63.00%	63%
De acuerdo	2	25.00%	25%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 13.

Variedad de producto.



Fuente: Tabla 13

Interpretación: En la tabla y figura 13, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 63% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo, el 25% está de acuerdo mientras que el 12% se encuentra en desacuerdo con respecto a la variedad de productos que el establecimiento ofrece al público.

Tabla 14.

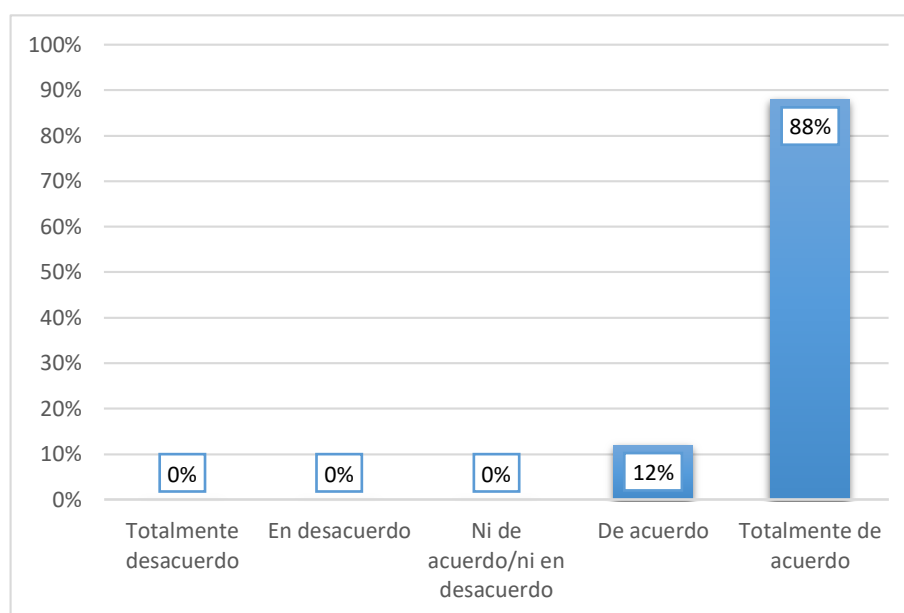
Relevancia entre calidad/precio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	0	0.00%	0%
De acuerdo	1	12.00%	12%
Totalmente de acuerdo	7	88.00%	88%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 14.

Relevancia entre calidad/precio.



Fuente: Tabla 14

Interpretación: En la tabla y figura 14, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales, el 88% está totalmente de acuerdo y el 12% está de acuerdo con respecto a la relevancia que existe entre la calidad de los productos y su precio respectivamente que el establecimiento ofrece.

Tabla 15.

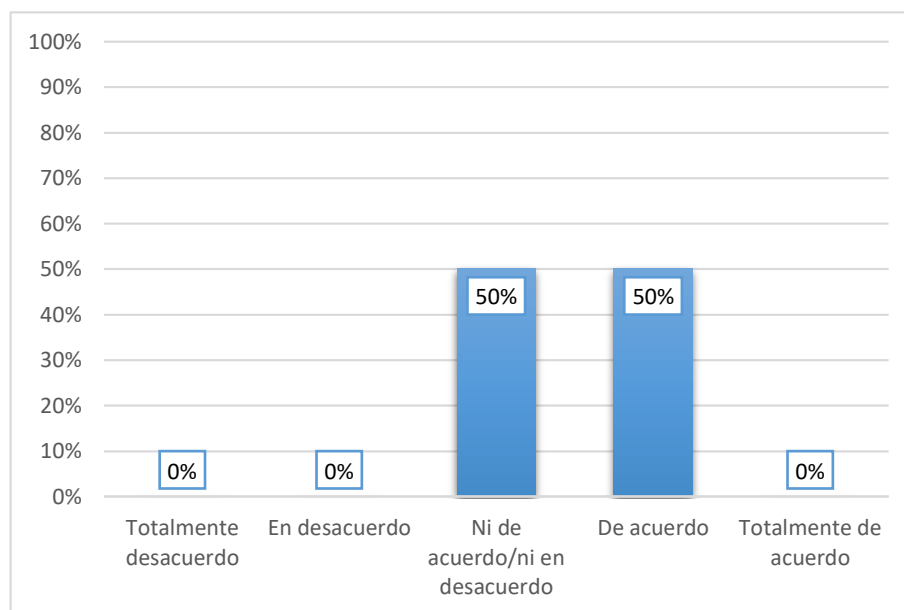
La variedad de los productos es lo esperado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	4	50.00%	50%
De acuerdo	4	50.00%	50%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 15.

La variedad de los productos fue lo esperado.



Fuente: Tabla 15

Interpretación: En la tabla y figura 15, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales, el 50% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo mientras que el 50% está de acuerdo con respecto a que si la variedad de los productos ofrecidos es la esperada por el público.

Tabla 16.

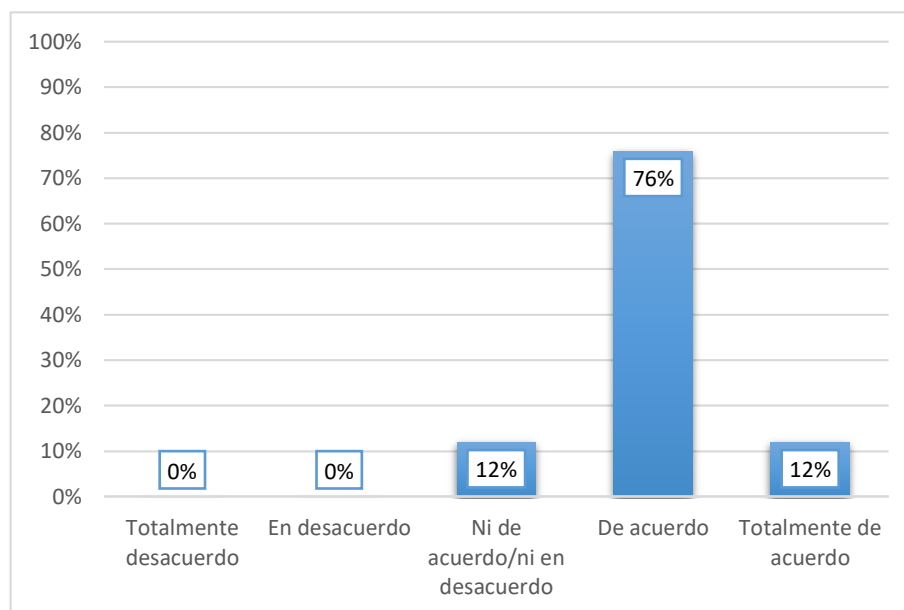
Existe satisfacción con el servicio prestado por Restaurante.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	1	12.00%	12%
De acuerdo	6	76.00%	76%
Totalmente de acuerdo	1	12.00%	12%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 16.

Existe satisfacción con el servicio prestado por Restaurante.



Fuente: Tabla 16

Interpretación: En la tabla y figura 16, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 76% está de acuerdo, el 12% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo mientras que el 12% está totalmente de acuerdo con respecto a la satisfacción que el servicio causa.

Tabla 17.

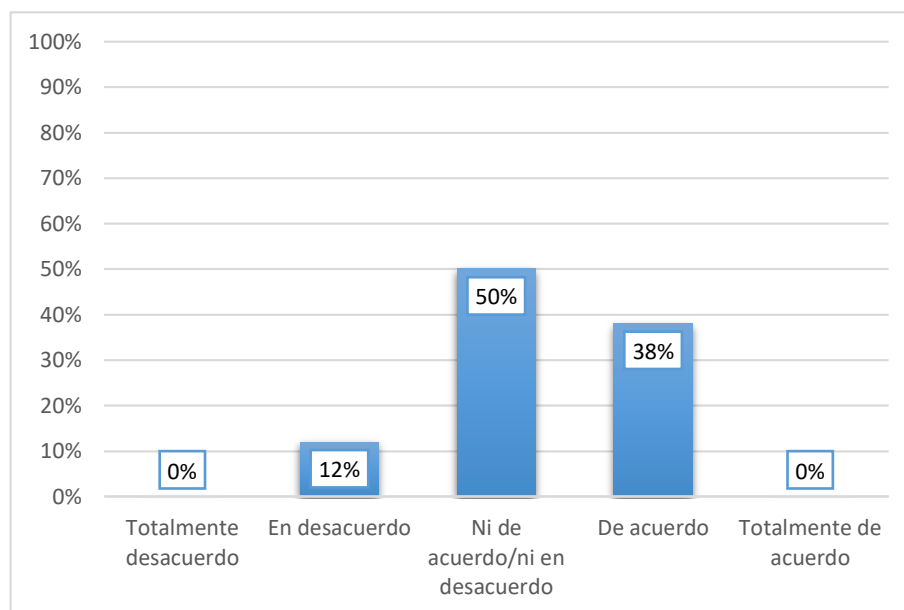
Expectativas al servicio brindado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	1	12.00%	12%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	4	50.00%	50%
De acuerdo	3	38.00%	38%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 17.

Expectativas al servicio brindado.



Fuente: Tabla 17

Interpretación: En la tabla y figura 17, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales, el 50% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo, el 38% está de acuerdo mientras que el 12% está en desacuerdo con respecto a la expectativa que el servicio causa al público.

Tabla 18.

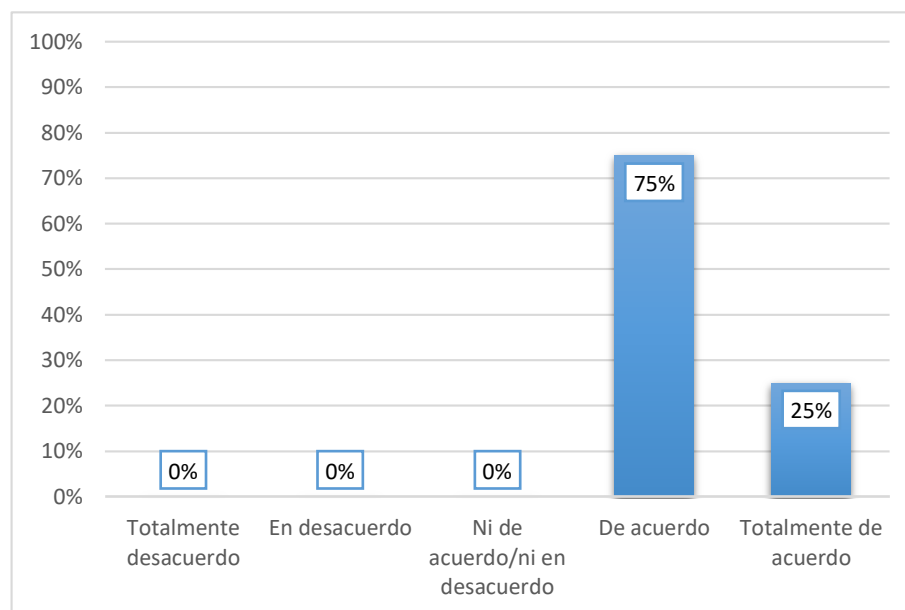
El servicio cumple con lo ofrecido.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	0	0.00%	0%
De acuerdo	6	75.00%	75%
Totalmente de acuerdo	2	25.00%	25%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 18.

El servicio cumple con lo ofrecido.



Fuente: Tabla 18

Interpretación: En la tabla y figura 18, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 75 % está de acuerdo mientras que el 25% está totalmente de acuerdo con respecto a que el servicio cumple con lo ofrecido.

Tabla 19.

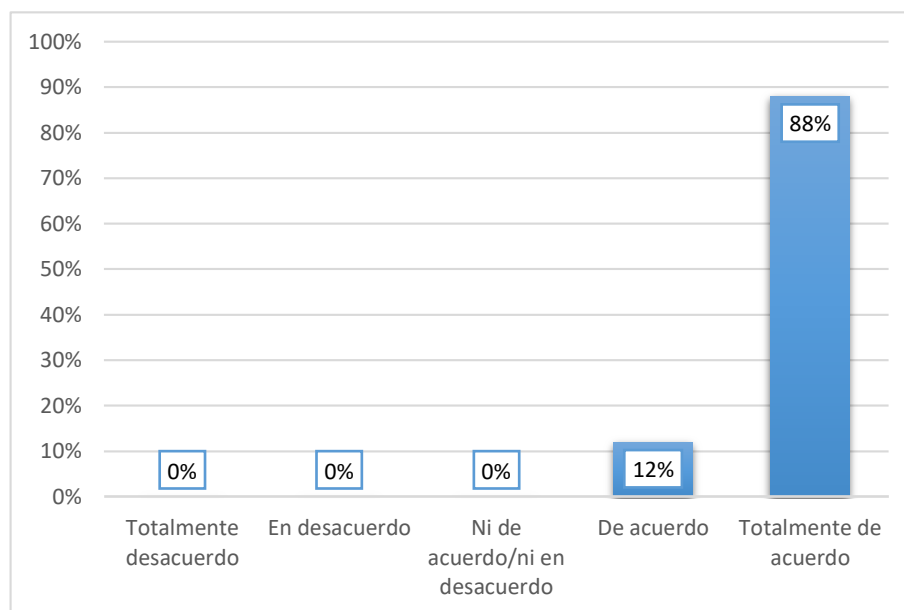
El tiempo de atención y entrega es la adecuada.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	0	0.00%	0%
De acuerdo	1	12.00%	12%
Totalmente de acuerdo	7	88.00%	88%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 19.

El tiempo de atención y entrega es la adecuada.



Fuente: Tabla 19

Interpretación: En la tabla y figura 19, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 88% está totalmente de acuerdo mientras que el 12 % está de acuerdo con respecto que el tiempo de atención es oportuna y la entrega de los platillos es la adecuada.

Tabla 20.

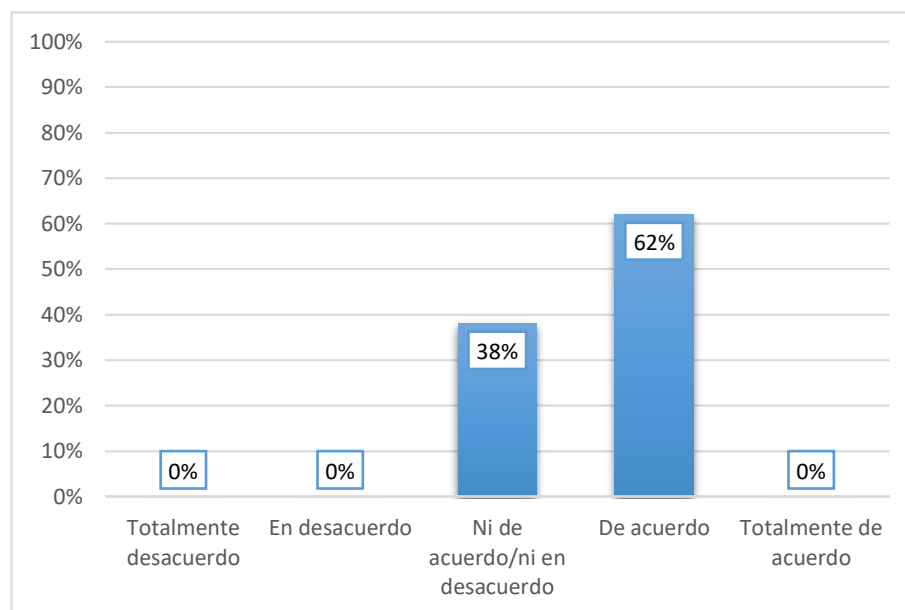
Los procesos que ofrece el restaurante son eficientes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	3	38.00%	38%
De acuerdo	5	62.00%	62%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 20.

Los procesos que ofrece el restaurante son eficientes.



Fuente: Tabla 20

Interpretación: En la tabla y figura 20, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 62% está de acuerdo y el 38 % no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo con respecto a la eficiencia de los procesos establecidos por mencionado.

Tabla 21.

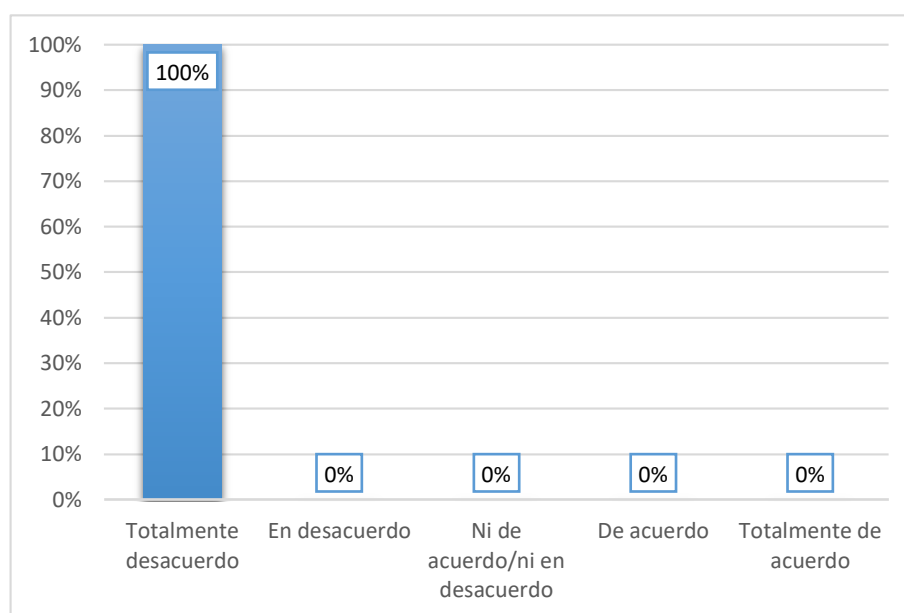
Servicio a domicilio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	8	100.00%	100%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	0	0.00%	0%
De acuerdo	0	0.00%	0%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 21.

Servicio a domicilio.



Fuente: Tabla 21

Interpretación: En la tabla y figura 21, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 100% se encuentra totalmente desacuerdo, con respecto al servicio a domicilio puesto que no cuentan con un proceso de entrega.

Tabla 22.

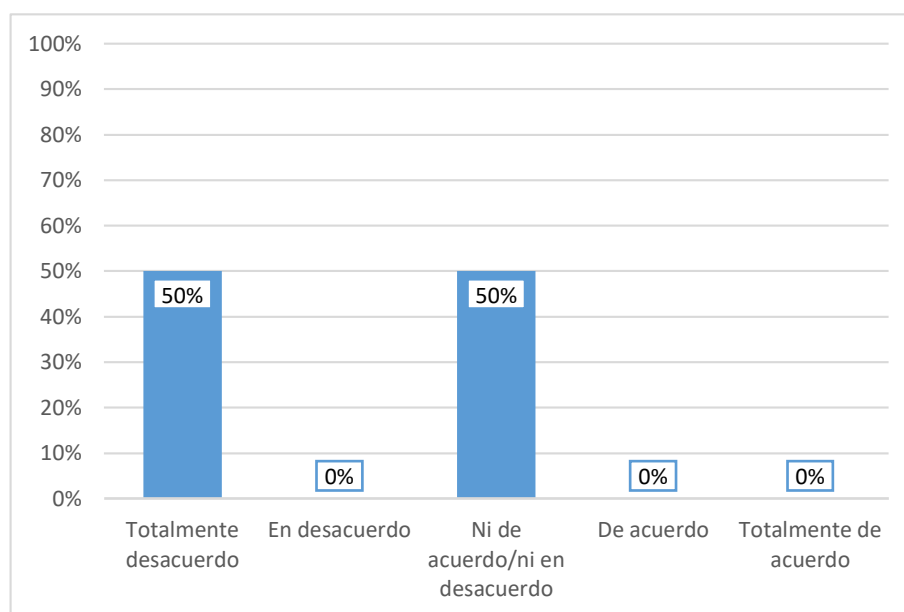
Accesibilidad a los métodos de pago digitales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	4	50.00%	50%
En desacuerdo	0	0.00%	0%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	4	50.00%	50%
De acuerdo	0	0.00%	0%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	130.00%	130%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 22.

Accesibilidad a los métodos de pago digitales.



Fuente: Tabla 22

Interpretación: En la tabla y figura 22, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 50% se encuentra totalmente desacuerdo con respecto a los métodos de pago digitales, dando a entender que pocos son los que cuentan con tal acceso mientras que el 50% .no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo

Tabla 23.

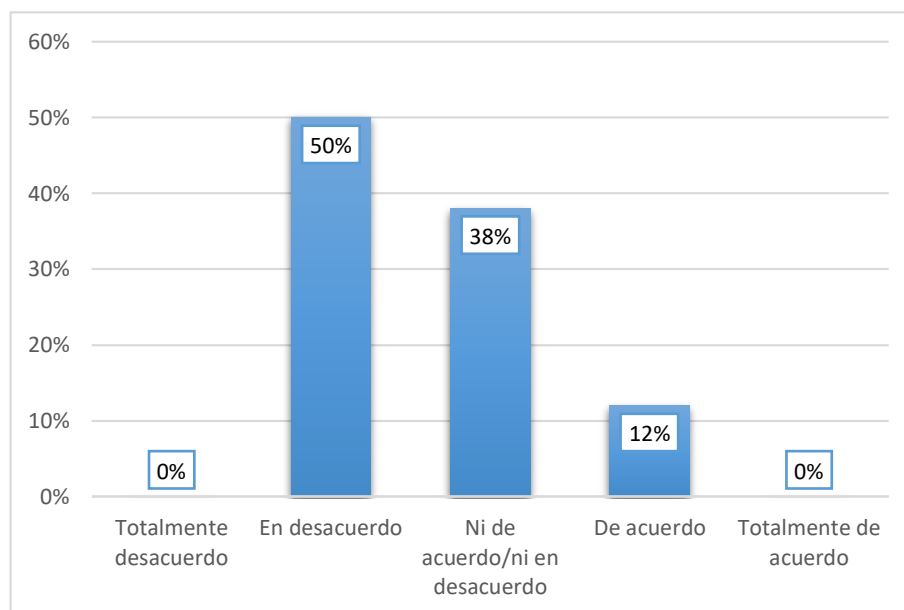
Cuenta con un proceso de calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Totalmente desacuerdo	0	0.00%	0%
En desacuerdo	4	50.00%	50%
Ni de acuerdo/ni en desacuerdo	3	38.00%	38%
De acuerdo	1	12.00%	12%
Totalmente de acuerdo	0	0.00%	0%
Total	8	100.00%	100%

Fuente: Encuesta realizada a las Mypes del distrito de San Vicente – Sector Viales, Cañete, 2021

Figura 23.

Cuenta con un proceso de calidad.



Fuente: Tabla 23

Interpretación: En la tabla y figura 23, Se observa que las Mypes del Rubro Restaurante del Distrito de San Vicente del Sector Viales el 50% se encuentra en desacuerdo, el 38% no se encuentra Ni de acuerdo/ ni desacuerdo mientras que el 12% está de acuerdo con respecto a que los procesos que realiza el establecimiento son de calidad.

5.2. Análisis de Resultados

5.2.1. Objetivo General:

Determinar Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021; De acuerdo a la investigación realizada mediante la encuesta se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla N°1, en relación a *La calidad de la atención*, los propietarios ponen poco énfasis en enfocarse a la atención que el cliente recibe, en ese sentido es que el 87% de los encuestados si reciben una buena calidad en la atención; la Tabla N°4 refiriéndose a las *Capacitaciones Del Personal*, los emprendedores no consideran necesario la capacitación, esto por asociarse a que el negocio tiene un enfoque empírico, es así que el 88% de los encuestados precisaron que no reciben capacitaciones; Tabla N°5 refiriéndose si *El restaurante cuenta con una limpieza adecuada en el establecimiento* el 88% de los encuestados manifiestan que si existe una adecuada limpieza; estos resultados tienen similitud con respecto a lo encontrado por **López (2018)** "*Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*" el cual concluyó indicando que es necesario tener una evaluación de calidad de servicio que permita controlar correctamente las actividades de la empresa. Así como reducir las falencias del servicio para obtener mayores beneficios económicos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Esto lo podemos comparar con lo encontrado por **Ríos. (2012)** quien afirma que los elementos que generan la buena atención del cliente son los siguientes: Cortesía y amabilidad de los empleados, tiempos de espera cortos de recepción de los servicios, dedicación del tiempo que cada cliente

considera oportuno para él, disposición de la organización para resolver problemas, eficacia en la resolución de conflictos, rapidez en la entrega de servicios y trato agradable y amabilidad percibidos.

5.2.2. Objetivos específicos:

Identificar los factores de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021. De acuerdo a la investigación realizada mediante la encuesta se obtuvo los siguientes resultados; Según la tabla N°6, denominado *Los espacios del establecimiento son aceptables* para el 50% de los encuestados aseguran que cuenta con espacios considerables para satisfacer a sus comensales; este resultado guarda relación con lo hallado por **Huaman (2019)**, en su trabajo de investigación titulado “Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “Restaurant – Pollería Rodrigo’S”. San Vicente - Cañete, 2019”, quien concluyó que el ambiente interno, debe de haber control que permita generar capacidad de respuesta a través de mejorar los tiempos de espera de los servicios. En ese sentido estos resultados se complementan por lo indicado por **López. (2013)** quien define la Atención al Cliente debe de observar y cumplir con los siguientes aspectos: “Contar con un Departamento de Atención al Cliente; Considerar las Fases del Proceso de Atención al Cliente, Contar con Procedimientos de Resolución de Quejas y Reclamaciones y Aplicación de la Normativa al Proceso de Quejas y Reclamaciones” Para el autor los aspectos mencionados son mecanismos estratégicos que le permiten a la organización (MYPE) tener una relación favorable con el cliente, ya que estos aspectos pueden tomar en cuenta la opinión, la molestia o la satisfacción de los clientes.

Describir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021. De acuerdo a la investigación realizada mediante la encuesta se obtuvo los siguientes resultados: según la tabla N° 22 denominado *Accesibilidad a los métodos de pago digitales*, el cual se determinó que el 50% de los representantes no tienen acceso a medios de pagos digitales, Tabla n°23 denominado *proceso de calidad*, el cual se determinó que el 50% de los encuestados coincidieron que la MYPE no cuenta con procesos de calidad, por la cual se toma como referencia a lo encontrado por **Montoya (2018)**. En su tesis: “*Sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollo organizacional en las Pymes del sector comercial de compra – venta de cacao de la Ciudad de Milagro*” Quien concluyo que, si la PYMES aplicaran un sistema de gestión de calidad, esto les permitirá usar adecuadamente sus errores y elementos, mejorando los procesos en el producto y servicio. Se puede decir, que el sistema de gestión de calidad es un factor importante que permite a la empresa acoplarse a las necesidades de los clientes, ayudando a lograr los objetivos de la empresa. Estos resultados están relacionados a lo indicado por **López (2005)** Quien menciona que la calidad tiene varios significados que dependen del contexto en que se utilice. Así existen dos tipos de calidad que son la interna, entendida como la manera cómo una organización administra la calidad de sus procesos, productos, servicios y la calidad externa, que es la percepción del cliente, consumidor o usuario que tiene respecto del producto o servicio que compra o utiliza. Para garantizar lo mencionado arriba por dichos autores, es fundamental que la MYPE desarrolle e implemente estrategias que garanticen la aceptación del producto o del servicio, que de alguna forma la MYPE se pueda diferenciar en su contexto actual de cómo era

presentado el producto o el servicio antiguamente donde carecían de calidad y además el cliente no era tan exigente como lo es hoy.

Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro

Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021. De acuerdo a la investigación realizada mediante la encuesta se obtuvo los siguientes resultados: la Tabla n°7, existe un correcto uso del protocolo de bioseguridad. Se determinó que el 50% de los encuestados indican que la MYPE si cuenta con protocolo de bioseguridad; Tabla n°8, se percibe un lugar acogedor, para el 50% de los encuestados si consideran que los ambientes son acogedores; tabla n°11, Presentación adecuada del personal, para el 25% de los encuestados consideran que el personal no presenta una adecuada presentación; tabla n°21 servicio a domicilio, el 100% de los encuestados aseguran que la MYPE no brinda servicio a domicilio.

Alejandro (2020), Indica su tesis titulada *“La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y el plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Jirón Enrique Palacios del Distrito de Chimbote, 2019”* el cual concluye, la mayoría de los representantes consideran que es relevante el factor del clientes en la gestión de calidad, se aplican las técnicas modernas con atención al cliente, para que regresen los clientes, teniendo como factor principal la calidad de atención personalizada y lograr la fidelización de los clientes en los restaurantes. Estos resultados guardan relación a lo indicado por **Cano. (2016)**. Sin duda alguna el Cliente es una pieza clave para la MYPE, ya que de ellos depende la rentabilidad y por ende la subsistencia de la organización, por tal motivo la MYPE debe de garantizar la buena atención a aquella persona que adquiere

un producto o un servicio. En base a estos aspectos se realiza a propuesta de mejora para las deficiencias, en ese

VI. CONCLUSIONES.

Con respecto al Objetivo General: *Determinar Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021* se concluye indicando que la capacitación es un mecanismo de estrategia para la MYPE del cual debe fortalecer de manera continua para que el personal en cuestión pueda fortalecer sus habilidades cognitivas y lógicamente para una mejor atención al público con la finalidad de obtener una mayor fidelidad del mismo y así como también competitividad organizacional.

Con respecto al Objetivo Especifico 1: *Identificar los factores de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021*, Se concluye mencionando que los espacios en los restaurantes son de suma importancia para la decisión de un cliente de optar por uno u otro restaurante, de igual que en la actualidad con la emergencia sanitaria que convivimos, es fundamental que los espacios sean adecuados para el comensal así como el distanciamientos social y todo lo que conlleve para evitar los contagios; esto sin que se vean perjudicados en el cumplimiento de sus metas.

Con respecto al Objetivo Especifico 2: *Describir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021*, se concluyó que las Mypes del sector viales no utilizan estos medios de pagos digitales, por no contar con capacitaciones para realizar este servicio, los espacios de los establecimientos en su mayoría son apropiados, pero existe otro gran porcentaje que no está de acuerdo, esto indica que hay un aspecto

dentro de los establecimientos que debe mejorar, para que de esta manera se pueda captar un mayor número de clientes.

Con respecto al Objetivo Específico 3: *Elaborar la propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021.* Se concluye que la propuesta de mejora debe enfocarse en las siguientes deficiencias halladas en la presente investigación, capacitación periódica para el personal, si bien es cierto que esto asume una inversión mayor para la MYPE esto debe ser reflejado como una inversión que trae beneficio para la misma. Debido a que incrementa las habilidades de los asociados, y que por obvias razones incrementa la productividad del negocio en cuestión. Por otro lado, en podemos definir que para los restaurantes es de vital importancia espacios íntimos y agradable donde el cliente se sienta como y seguro, por tal motivo es que se debe considerar la distancia de seguridad de cada persona que se encuentre en el establecimiento entre mesa y mesa, y que también de esta forma tener espacios que ayuden a reducir los contagios de la tan temible COVID19, por estas razones es que se debe optar, también, espacios con ventilación constante, terrazas y ambientes abiertos, y que de esta forma el cliente dentro de otras cosas se fidelice indirectamente con la idea de que el negocio también cuida de su salud.

Otra de las actividades por mejorar es el reparto a domicilio, la emergencia sanitaria actual ha generado el alza de esta actividad e incluso en lugares que menos se imaginaba contar con dichas medidas, es de vital importancia implementar por sus múltiples beneficios, como ganarse un mercado más amplio, rentabilidad, mayores ventas entre otras.

Aspectos complementarios

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación se pudo encontrar las falencias, por lo cual se requiere una propuesta de mejora que se plantea a continuación:

Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro

Restaurantes, Sector Viales, San Vicente - Cañete, 2021

Diagnostico

Hubo deficiencias en la investigación realizada para ambas variables por ello en la investigación ejecutada se puede asumir como factores a ser mejorado lo siguiente:

En relación atención al cliente

Se halló como factor relevante, que existen deficiencia en la capacitación del personal, el cual el porcentaje visualizado es alto, la presentación adecuada del personal, debe de mejorar, y el servicio a domicilio por Delivery se debería de implementar por lo cual la pandemia aún está activo

Objetivo:

- Implementar capacitaciones al personal que trabajan.
- Implementación del servicio a domicilio.

En relación a la Gestión de Calidad

Se halló que debe de mejorar la accesibilidad en a los métodos de pago digitales y los procesos de calidad de los productos y servicios, ya que los mismos propietarios han sido consientes en manifestar su insatisfacción que no cuentan con un correcto proceso de calidad al momento de gestar los

Objetivos:

- Mejorar los procesos de calidad de los productos.

Problemas encontrados (resultados)	Objetivos	Acciones	Responsables	Metas	Indicadores	Presupuesto
Deficiencia de capacitación al personal	Implementar capacitaciones al personal.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar capacitaciones con temas referente al buen trato del cliente. ➤ Contratar personal que tengan el perfil para el puesto. ➤ Retroalimentar al personal antes de empezar a trabajar. 	El propietario o Administrador	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuatro Capacitaciones al año. ➤ Personal calificado para el puesto. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ N° de capacitaciones. ➤ N° de entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ S/200.00 la sesión de capacitación. ➤ Recursos propios.
	Implementar servicio de reparto a domicilio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitar al personal de Reparto. 	El propietario o Administrador	<ul style="list-style-type: none"> ➤ % del cumplimiento de su objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 100% de entregas solicitadas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos propios.
Deficiencia de los Procesos de calidad en productos	Implementar métodos de pago digital.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Adquisición de POS. ➤ Abrir cuentas corrientes para el acceso a Yape, Plin o deposito interbancario. 	El propietario o Administrador	<ul style="list-style-type: none"> ➤ % de transacciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 100% de transacciones concretadas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ s/100.00 por adquisición de POS, más comisión mensual. ➤ Gratuito
	Mejorar los procesos de calidad de los productos, para lograr satisfacción a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Realizar un plan de mejora con los proveedores. ➤ Supervisar los productos al momento que ingresen. 	El propietario o Administrador	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Una Reunión mensual con sus proveedores ➤ 100% de mercadería conforme 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ N° de visitas ➤ Mercadería en óptimas condiciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos propios.

Referencias bibliográficas:

Alarcón. E y Gutiérrez. C. (2013), Plan de Análisis Estadístico, Recuperado de:

<https://docplayer.es/12000425-Edith-alarcon-matutti-cesar-gutierrez-villafuerte.Html>

Alejandro, W (2020), Indica su tesis titulada La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y el plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Jirón Enrique Palacios del Distrito de Chimbote, 2019. Recuperado de:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/21133>

Ama Global (2021), Los 14 Puntos Sobre Calidad De Edwards Deming. Recuperado

De: <https://Www.Amamex.Org.Mx/Blog/Los-14-Puntos-Sobre-Calidad-De-Edwards-Deming.Html>

Barrera, B. y Roso, P. (2016). Análisis del sistema de gestión de calidad y su incidencia en el posicionamiento de las medianas empresas del cantón milagro, periodo 2014-2015. Recuperado en:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/2829>

BBC News (2020), “Coronavirus: las ingeniosas ideas adoptadas por negocios en todo el mundo para reabrir en la era del distanciamiento social”

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-52724963>

Bibing.(2019), Teoría De La Atención Al Cliente. Recuperado De:

<Http://Bibing.Us.Es/Proyectos/Abreproy/3966/Fichero/1%252f2.Pdf>

- 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. Tesis para optar el grado de Maestría en administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Huarney.
- Castillo. L. (2019).** El Modelo Deming (Phva) Como Estrategia Competitiva Para Realzar El Potencial Administrativo. Trabajo De Grado Presentado Como Requisito Para Optar Al Título De: Administrador De Empresas. Universidad Militar Nueva Granada. Colombia.
- Chacon. E. (2012).** Servicio Al Cliente En Los Restaurantes Del Municipio De San Pedro, La Laguna, Departamento De Sololá. Tesis Para Optar El Grado De Licenciado En Administración. Universidad Rafael Landivar. Guatemala. Sunat, Recuperado De: [Http://Emprender.Sunat.Gob.Pe/Que-Beneficios-Tengo](http://Emprender.Sunat.Gob.Pe/Que-Beneficios-Tengo).
- Chiavenato. I. (2002)** “Administración En Los Nuevos Tiempos”, Colombia. Ed. Mcgraw-Hill.
- Davila. K. (2017).** Evaluación de la Calidad del Servicio en el Restaurante Turístico el Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque-Chiclayo-Perú, Tesis para Optar el Título de: Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo-Lambayeque-Perú.
- Díaz. E, López. K, Medina. C y Moreno. J. (2016),** “Calidad de las Empresas en el Sector Restaurantes de la Región Lambayeque”, Tesis para obtener el Grado

de Magíster en Administración Estratégica de Empresas, Pontificia Universidad Católica Del Perú.

Escamilla. G. (2020). Fidelización Del Cliente: Concepto, Importancia, Consejos Y Métricas. Blog De Marketing Digital. Recuperado De:

<https://www.rdstation.com/es/blog/fidelizacion-del-cliente/>

Gestión (2020) “El 13% de los bares y restaurantes en España cerraron por causa de la pandemia” <https://gestion.pe/mundo/espana/el-13-de-los-bares-y-restaurantes-en-espana-cerraron-por-causa-de-la-pandemia-noticia/>

Gonzales. L y Huanca. E. (2018). “La Calidad del Servicio y su Relación con la Satisfacción de los Consumidores de Restaurantes de Pollos a la Brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018”, Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing, Universidad Tecnológica del Perú.

Haman J. (2019) “Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso “Restaurant – Pollería Rodrigo’S”. San Vicente - Cañete, 2019”, Tesis que opta el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19804>

Hilario.N. (2018), “Gestión de Calidad en la capacitación de la MYPE, sector comercio, rubro venta minorista de artefactos electrodomésticos línea Blanca, Estudio De Caso: “Nuevo Milenium” Del Distrito De Imperial - Cañete, Año 2018”, Tesis para optar El Título Profesional de Licenciada en

Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cañete-Perú.

Horovitz. J. (1991) “La Calidad Del Servicio”, Colombia. Ed. Mcgraw-Hill.

https://oa.upm.es/9441/1/pag_191-199.pdf

Llangari, K. y Mero, J. (2019). Análisis del modelo de gestión de calidad total excelencia en la mejora de los procesos de bodega en Tienda Industriales de la ciudad de Milagro. Caso Agencia No 2. Recuperado en:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4864>

López. D. (2018) “Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil”, Previo a la obtención del Grado Académico de: Magíster en Administración de Empresas, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

López. R. (2005) “La Calidad En La Empresa Moderna”, Bolivia. Redalyc. 8 (2) 3

Luyo (2019), “Caracterización de la gestión de calidad en la atención al cliente de la MYPE, rubro restaurante, caso: “El Huarco”, distrito de San Vicente, año 2019” Tesis que opta el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18324>

Meneses (2018), “Caracterización de la gestión de calidad, en atención al cliente de las MYPES, sector servicio – rubro restaurant: caso “Plaza Restaurant”, cañete, 2018”. Tesis que opta el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/19681>

- Montoya, C. (2018).** Sistema de gestión de la calidad como factor de desarrollo organizacional en las Pymes del sector comercial de compra – venta de cacao de la ciudad de Milagro. Recuperado en:
<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4339>
- Ortiz. C. (2017),** “Caracterización de la Gestión de Calidad y la Competitividad de las MYPES del Sector Servicio, Rubro Restaurant del Centro de Tumbes, año 2017”. Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Perú.
- Pérez. L. (2017),** “Gestión de Calidad en el Servicio al Cliente de las Micro y pequeñas Empresas, Rubro Cafeterías del Distrito de Villa Rica, Oxapampa, Pasco, año 2016”, Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Perú.
- Ramos M. (2020)** “Propuesta de mejora de la competitividad para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante, de la Av. 28 de Julio y jirón El Carmen - Imperial - Cañete, 2020”. Tesis que opta el Título Profesional de Licenciado en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18963>
- Renteria. J. (2019).** Implementación Del Sistema De Gestión Iso 9001:2015 En El Laboratorio De La Compañía Minera Azulcocha - Lima – 2019. Para Optar El Título Profesional De Ingeniero Metalurgista. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. Perú.

Requejo L.(2020) “la mayoría de restaurantes podrá empezar a atender en salón “el 2 de julio o 3 de julio” <https://elcomercio.pe/economia/peru/restaurantes-cuales-son-algunos-de-los-protocolos-que-se-aplicaran-para-la-atencion-en-salon-noticia/?ref=ecr>

Robbins Y Coulter (2010), Libro Administración, Mexico: Editorial Pearson Educación.

Secretaria Nacional De La Juventud (2015). Atención Al Cliente: Funciones-Responsabilidades-Condiciones De Trabajo. Recuperado De: Https://Www.Juventud.Gov.Py/Archivos/Documentos/Atencion%20al%20cliente_Umipoo07.Pdf

Silva. D. (2020). Administración De La Atención Al Cliente. Zendesk. Recuperado De: <Https://Www.Zendesk.Com.Mx/Blog/Fases-Del-Proceso-De-Atencion-Al-Cliente/>

Tamayo, M. (2004). El Proceso De La Investigación Científica. México D.F.: Hecho En México. Recuperado De: <https://books.google.com.pe/books?id=BhymmEqkkJwC&pg=PA4&dq=el+proceso+de+la+investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica+tamayo+editorial+noriega&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiIo8Cduc7kAhWSpFkKHSNuD20Q6AEIMjAC#v=onepage&q=el%20proceso%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica%20tamayo%20editorial%20noriega&f=false>

Zarcovich (2005), La muestra censal representa al total de la población debido a que es de proporción pequeña y finita. (p.3)

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6058683.pdf>

Anexos.

Encuesta.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**ENCUESTA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO
RESTAURANTE**

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información para poder así proponer mejoras en la atención al cliente en el en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 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
Calidad de Servicio						
01	La calidad de la atención.					
02	Rapidez del servicio.					
03	Personalización de la atención que se brinda.					
04	Capacitaciones al personal.					
Pulcritud						
05	El restaurante cuenta con una limpieza adecuada en el establecimiento.					
06	Los espacios del establecimiento son aceptables.					
07	Existe un correcto uso del protocolo de bioseguridad.					
Imagen						
08	Se percibe un lugar acogedor.					
09	Orden en el establecimiento					
10	Calidad de los productos.					
11	Presentación adecuada del personal.					

Observaciones:

.....
.....
.....



ENCUESTA DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTE

La siguiente encuesta tiene como objetivo obtener información para poder así proponer mejoras en la Gestión de Calidad en el en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 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

	Gestion de Calidad	1	2	3	4	5
	Producto					
12	Productos aceptables.					
13	Variedad de producto.					
14	Relevancia entre calidad/precio					
15	La variedad de los productos fue lo esperado					
	Servicio					
16	Existe satisfacción con el servicio prestado por Restaurante					
17	Expectativas al servicio brindado.					
18	El servicio cumple con lo ofrecido.					
	Proceso					
19	El tiempo de atención y entrega es la adecuada.					
20	Los procesos que ofrece el restaurante son eficiente.					
21	Servicio a domicilio.					
22	Accesibilidad a los métodos de pago digitales.					
23	Cuenta con un proceso de calidad.					

Observaciones:

.....

.....

.....

1. 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 Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021** y es dirigido por **Carlos Eduardo, Cruz Troenque**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Determinar Propuesta De Mejora De Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria. 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 Telf. 949120498 Si desea, también podrá escribir al correo 2511130014@uladech.pe 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: MARTHA HUARACA

Fecha: 25 / 08 / 2021

Correo electrónico: _____

Firma del participante: MARTHA HUARACA

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROCOLO 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 Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021** y es dirigido por **Carlos Eduardo, Cruz Troenque**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Determinar Propuesta De Mejora De Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria. 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 Telf. 949120498 Si desea, también podrá escribir al correo 2511130014@uladech.pe 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: ROSA LIZORME

Fecha: 25 / 08 / 2021

Correo electrónico: _____

Firma del participante: Rosa L.

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula **Propuesta De Mejora De Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021** y es dirigido por **Carlos Eduardo, Cruz Troenque**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Determinar Propuesta De Mejora De Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria. 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 Telf. 949120498 Si desea, también podrá escribir al correo 2511130014@uladech.pe 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: Graciela canto Huaraca

Fecha: 25 / 08 / 2021

Correo electrónico: _____

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 Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021** y es dirigido por **Carlos Eduardo, Cruz Troenque**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Determinar Propuesta De Mejora De Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria. 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 Telf. 949120498 Si desea, también podrá escribir al correo 2511130014@uladech.pe 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: SILVIA CARINA CRUZ ROMERO

Fecha: 25 / 09 / 2021

Correo electrónico: _____

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 Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021** y es dirigido por **Carlos Eduardo, Cruz Troenque**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Determinar Propuesta De Mejora De Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria. 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 Telf. 949120498 Si desea, también podrá escribir al correo 2511130014@uladech.pe 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: _____ *ostilén Romero* _____

Fecha: _____ *25 / 08 / 2021* _____

Correo electrónico: _____ _____

Firma del participante: _____ *[Firma]* _____

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



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 Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021** y es dirigido por **Carlos Eduardo, Cruz Troenque**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Determinar Propuesta De Mejora De Atención Al Cliente Como Factor Relevante Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicios, Rubro Restaurantes, Sector Viales, San Vicente – Cañete, 2021.**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria. 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 Telf. 949120498 Si desea, también podrá escribir al correo 2511130014@uladech.pe 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: Laura Sofía Cruz Romero

Fecha: 25 / 08 / 2021

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

2. Evidencia



