



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR
SERVICIO: CASO RESTAURANTE POLLERÍA DE LA
CRUZ, DISTRITO DE QUILMANÁ, CAÑETE, 2019**

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

AUTOR

PAUCAR MARTINEZ, DANIELA RUBI

ORCID: 0000-0002-1425-3485

ASESOR

ESCOBEDO GALVEZ, JOSE FERNANDO

ORCID: 0000-0002-6443-1497

HUARAZ – PERÚ

2021

- 1. Título de la tesis:** Gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, Distrito de Quilmaná, Cañete, 2019

2. Equipo de Trabajo

AUTOR

Paucar Martinez, Daniela Rubi

ORCID:0000-0002-1425-3485

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

ASESOR

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

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

JURADO

Azabache Arquinio Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-8071-8327

Norabuena Mendoza César Hernán

ORCID: 0000-0001-9832-5126

Lazaro Diaz Juan Reneé

ORCID: 0000-0002-0604-785X

3. Hoja de firma del jurado y asesor

Mgtr. Azabache Arquinio Carmen Rosa

PRESIDENTE

Mgtr. Norabuena Mendoza César Hernán

MIEMBRO

Mgtr. Lazaro Diaz Juan Reneé

MIEMBRO

Mgtr. Escobedo Gálvez, José Fernando

ASESOR

4. Agradecimiento

Agradezco a Dios por acompañarme en cada paso de mi vida, a mis padres por ser mi motivación para seguir adelante a pesar de los obstáculos.

A mis hermanas por ser mi sustento día a día y a una persona especial por apoyarme en todo momento.

Dedicatoria

A mis padres por ser mi fortaleza,
por alentarme y apoyarme en cada
momento de mi vida.

A mis hermanas por siempre estar conmigo.

A mi enamorado por brindarme
siempre su apoyo incondicional.

5. Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio: Caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño transversal; con una muestra de 384 clientes, a quienes se le aplicó un cuestionario, donde se obtuvo los siguientes resultados: respecto a gestión de calidad el 93% indica que las capacitaciones son relevantes para un buen desempeño del personal, el 94% consideran que todos trabajan en equipo para obtener buenos resultados; respecto a atención al cliente el 99% consideran que la cordialidad siempre es parte de la atención que le brindan, el 92% consideran que la cantidad del personal en el restaurante siempre es el adecuado; se obtuvo como conclusión: Se concluye que las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurante de la Cruz son percibidas con un porcentaje elevado ya que en el restaurante se hace uso de una buena dirección y control siendo estos dos aspectos fundamentales para un buen rendimiento del restaurante, mientras los términos de empatía, cortesía y capacidad de respuesta son percibidos con un porcentaje aceptable los cuales son primordiales y hacen que los clientes se sientan satisfechos con la atención que les brindan, lo cual permite al restaurante obtener una mejor rentabilidad.

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

Abstract

The present research had the general objective of: Determine the characteristics of quality management and customer service in micro and small companies, service sector: Pollería De la Cruz restaurant case, Quilmaná district, Cañete, 2019. The research was of the type quantitative, descriptive level, cross-sectional design; With a sample of 384 clients of the Pollería De la Cruz restaurant, to whom a questionnaire was applied, where the following results were obtained: regarding quality management, 93% indicate that the training is relevant for a good performance of the staff, the 94% consider that everyone works as a team to obtain good results; Regarding customer service, 99% consider that cordiality is always part of the attention they provide, 92% consider that the number of staff in the restaurant is always adequate; was obtained as a conclusion: It is concluded that the characteristics of quality management and customer service in the restaurant de la Cruz are perceived with a high percentage since the restaurant uses good management and control, these two aspects being fundamental for a good performance of the restaurant, while the terms of empathy, courtesy and responsiveness are perceived with an acceptable percentage, which are essential and make customers feel satisfied with the attention they provide, which allows the restaurant get better profitability.

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

6. Contenido

1. Título de la tesis.....	ii
2. Equipo de Trabajo.....	iii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iv
4. Agradecimiento y dedicatoria	v
5. Resumen y abstract	vii
6. Contenido.....	ix
7. Índice de tablas y figuras	x
I. Introducción.....	12
II. Revisión de literatura	15
III. Hipótesis	38
IV. Metodología.....	39
4.1 Diseño de la investigación	39
4.2. Población y Muestra	39
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	40
4.4. Técnica e Instrumentos de recolección de datos.....	42
4.5. Plan de análisis.....	42
4.6. Matriz de Consistencia.....	42
4.7. Principios Éticos	44
V. Resultados	46
5.1. Resultados	46
5.2. Análisis de resultados	57
VI. Conclusiones.....	61
Aspectos complementarios	63
Referencias bibliográficas.....	64
Anexo 1: Cuestionario	69
Anexo 2: Validación del instrumento	71
Anexo 3: Figuras.....	73
Anexo 4: Turnitin.....	84

7. Índice de tablas

Tabla 1. <i>Operacionalización de variables</i>	41
Tabla 2. <i>Matriz de consistencia</i>	43
Tabla 3. <i>Edad del encuestado</i>	46
Tabla 4. <i>Sexo del encuestado</i>	46
Tabla 5. <i>Capacitaciones relevantes para un buen desempeño del personal</i>	47
Tabla 6. <i>Capacitado para desempeñar bien sus funciones</i>	47
Tabla 7. <i>Trabajo en Equipo</i>	48
Tabla 8. <i>Colaboran de forma activa para mantener un buen equipo de trabajo</i>	48
Tabla 9. <i>Personal motivado</i>	49
Tabla 10. <i>Ayudan a resolver problemas de manera eficaz</i>	49
Tabla 11. <i>Eficiencia</i>	50
Tabla 12. <i>Productos y los materiales son de buena calidad</i>	50
Tabla 13. <i>Control permanente para brindar una adecuada atención</i>	51
Tabla 14. <i>Corrigen los errores</i>	51
Tabla 15. <i>Comprensión</i>	52
Tabla 16. <i>Afecto al brindar atención</i>	52
Tabla 17. <i>Satisfacción</i>	53
Tabla 18. <i>Atención adecuada y oportuna</i>	53
Tabla 19. <i>Cordialidad</i>	54
Tabla 10. <i>Disponibilidad del personal</i>	54
Tabla 11. <i>Número de empleados</i>	55
Tabla 12. <i>Quejas y reclamos</i>	55
Tabla 13. <i>Solucionar quejas y reclamos</i>	56

Índice de figuras

Figura 1: <i>Edad de los encuestados</i>	73
Figura 2: <i>Sexo de los encuestados</i>	73
Figura 3: <i>Capacitaciones relevantes para un buen desempeño del personal</i>	74
Figura 4: <i>Capacitado para desempeñar bien sus funciones</i>	74
Figura 5: <i>Trabajo en equipo</i>	75
Figura 6: <i>Diagrama de barras que representa a colaboran de forma activa para mantener un buen equipo de trabajo</i>	75
Figura 7: <i>Diagrama de barras que representa a personal motivado</i>	76
Figura 8: <i>Diagrama de barras que representa ayudan a resolver problemas de manera eficaz</i> ..	76
Figura 9: <i>Diagrama de barras que representa a eficiencia</i>	77
Figura 10: <i>Diagrama de barras que representa a productos y los materiales son de buena calidad</i>	77
Figura 11: <i>Diagrama de barras que representa a control permanente para brindar una adecuada atención</i>	78
Figura 12: <i>Diagrama de barras que representa a corrigen los errores</i>	78
Figura 13: <i>Diagrama que representa a comprensión</i>	79
Figura 14: <i>Diagrama de barras que representa a afecto al brindar atención</i>	79
Figura 15: <i>Diagrama de barras que representa a satisfacción</i>	80
Figura 16: <i>Diagrama de barra que representa atención adecuada y oportuna</i>	80
Figura 17: <i>Diagrama de barra representa a cordialidad</i>	81
Figura 18: <i>Diagrama de barra que representa a disponibilidad del personal</i>	81
Figura 19: <i>Diagrama de barra que representa a número de empleados</i>	82
Figura 20: <i>Diagrama de barra que representa a quejas y reclamos</i>	82
Figura 21: <i>Diagrama de barra que representa a solucionar quejas y reclamos</i>	83

I. Introducción

Cadena, Vega, Real, y Vásquez (2014), la gestión de la calidad como estrategia, se ha convertido en una necesidad en las organizaciones a nivel mundial. Las empresas deben enfocarse a impulsar sus esfuerzos en la mejora de la calidad de servicio prestado a sus clientes mediante la transferencia de conocimiento, y la experiencia de los procesos de calidad y las prácticas para implantarlos. Todos los negocios dedicados a la gastronomía deberían tomar como factor importante la calidad de los servicios que está dispuesto a ofrecer, para así percatarse si está haciendo bien y si obtendrá resultados favorables, porque un cliente satisfecho es un cliente feliz y de esta manera no solo logrará la fidelización del cliente si no que ayudará a que se corra la voz de la buena calidad de servicios que se brinda en su local y esto influirá de manera favorable como un tipo de marketing. La mayoría de los clientes optan por experiencias vividas, prefieren una buena comida, a un precio accesible y por supuesto que la atención sea la adecuada y de la mano de un clima agradable.

En la actualidad la competencia abunda en diversos rubros, en este caso el tema de los restaurantes, para lo cual es primordial darnos cuenta la diferencia de nuestros servicios brindados, sin embargo esto solo se podrá obtener conociendo a fondo los requerimientos de los clientes, en Quilmaná lugar de influencia del estudio existen diversas micro empresas donde la mayoría se dedican al negocio de restaurantes, pero existe el vacío de conocimiento antes de aperturar su negocio han realizado un estudio en el mercado o si disponen de algún proceso de gestión de calidad y sobre todo si han capacitado a sus empleados sobre la atención al cliente, es por ello que se llevó a cabo este trabajo de investigación titulado: *Gestión de Calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio: Caso restaurante pollería De la Cruz,*

distrito de Quilmaná, Cañete, 2019. Este trabajo de investigación tuvo como propósito estudiar la calidad de atención al cliente en el restaurante De la Cruz, por eso se planteó el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio: Caso restaurante pollería De la Cruz, Distrito de Quilmaná, Cañete, 2019?

Para dar respuesta se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio: Caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019. También se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir la gestión calidad en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019. Describir la atención al cliente en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019.

La investigación se justifica teóricamente porque permitió llenar el vacío del conocimiento de los factores como atención al cliente, gestión de calidad y micro empresas, esto conllevó a que se obtengan nuevos resultados para el crecimiento y el desarrollo. Del mismo modo se justifica de modo práctico porque permitió conocer e identificar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio: Caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019. De otro lado se justifica metodológicamente porque permitió el uso de técnicas estadísticas, matemáticas que aportaran datos y se llevó a cabo con las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos. Así como también sirvió como guías metodológicas para otros trabajos como un tema de interés a nivel internacional, nacional, regional o local.

En cuanto a la metodología que se empleo es de tipo cuantitativa de nivel descriptivo y diseño transversal, se hizo uso de la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario.

En los resultados más importantes obtenidos en la tabla 6 y figura 4 el 95% de los encuestados señalan que los empleados del restaurante De la Cruz se encuentran capacitados lo cual hace que desempeñen bien sus funciones, en la tabla 7 y figura 5 el 94% de los encuestados consideran que en el restaurante De la Cruz trabajan en equipo para obtener buenos resultados, en la tabla 11 y figura 9 el 96% de los encuestados señalan que la eficiencia contribuye para la mejora del restaurante, en la tabla 16 y figura 14 el 96% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que el personal le muestra afecto al brindarle la atención, en la tabla 18 y figura 16 el 99% de los encuestados señalan que la atención es considerada como primordial, en la tabla 20 y figura 18 el 90% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que la disponibilidad del personal es la adecuada, en la tabla 22 y figura 20 el 91% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que las quejas y reclamos en el restaurante son atendidos oportunamente.

Se concluye que las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurante de la Cruz son percibidas con un porcentaje elevado ya que en el restaurante se hace uso de una buena dirección y control respecto a la gestión de calidad siendo estos dos aspectos fundamentales para un buen rendimiento del restaurante, mientras que para la atención a los clientes los términos de empatía, cortesía y capacidad de respuesta son percibidos por los clientes con un porcentaje aceptable los cuales son primordiales y hacen que los clientes se sientan satisfechos con la atención que les brindan, lo cual permite al restaurante obtener una mejor rentabilidad.

II. Revisión de literatura

Antecedentes

Antecedentes Internacionales

López (2018), en su tesis titulada *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, tesis para optar el sistema de postgrado maestría en administración de empresas tuvo como objetivo: determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil estableció la metodología de enfoque mixto, aplico la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario a los clientes del restaurante Rachy's, llego a la siguiente conclusión: se evidencio que no capacitan al personal por lo que se encuentran inconformidades con los clientes, la dimensión de empatía y capacidad de respuesta son insatisfactorias para los clientes y también se demostró que si hay correlación entre las variables calidad del servicio y satisfacción del cliente.

Burgos (2017), en su Tesis titulada *Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante -Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001- 2015 y la norma técnica Colombiana NTS USNA 008* en la Universidad Libre de Colombia, para optar al título de Ingeniero Industrial tuvo como objetivo general: desarrollar el sistema de gestión de calidad para el restaurante- bar Ouzo Agave Azul S.A.S (Santa Marta, Magdalena) bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008 que exige la estandarización de sus procesos y la valoración del riesgo del sistema, para su ejecución se utilizó una metodología: tipo de investigación mixta las técnicas que se utilizaron fueron las entrevistas y encuestas, llegando a las siguientes conclusiones: se obtuvo mediante los resultados que el restaurante se encuentra con graves problemas en la planificación para

la gestión de calidad y se debe a su reciente desenvolvimiento en este tema, también se encontró que los comensales se sienten intranquilos por la demora del servicio, pero también se sienten conformes por los productos obtenidos.

Villalba, (2016), en su tesis titulada *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q restaurant, y sugerencias de mejora* en la Universidad Pontificia Católica de Ecuador proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar el título de Ingeniera en gestión hotelera, tuvo el siguiente objetivo: analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos, hizo uso de una metodología de tipo descriptivo, aplicando las técnicas de encuestas y entrevistas a una muestra de 341 entre clientes y administradores de los restaurantes, llegando a la siguiente conclusión: el restaurante en mención cuenta con un buen grado de satisfacción de sus clientes por lo cual se encuentra con muchos beneficios, así mismo se encontraron pequeñas debilidades que son posibles de solucionar por ello se le realizó recomendaciones como capacitar a su personal frecuentemente.

Antecedentes Nacionales

Campos (2019), en su tesis titulada *Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año 2018* en la universidad Católica los Angeles de Chimbote tesis para optar el grado académico de licenciada en Administración propuso el siguiente objetivo: determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de Sullana año 2018, para cual empleo una metodología de tipo cuantitativa-descriptiva

aplico la tecnica de encuesta y el instrumento de cuestionario a una muestra de 384 clientes del restaurante, llego a la siguiente conclusión: los principios de Gestión de Calidad por los cuales optan los dueños de las empresas es el enfoque al cliente ya que ellos dicen que los clientes son el elemento fundamental para el crecimiento de su empresa.

Quispe (2019), en su tesis titulado, *Atención al cliente en las Micro Y Pequeñas Empresas rubro Restaurantes, Distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2019* en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, ULADECH para optar el grado académico de Licenciada en Administración propuso el siguiente objetivo: describir de qué manera se da la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho, 2019, hizo uso de una metodología de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, nivel de la investigación fue descriptivo- diseño no experimental- transversal utilizó una muestra de 384 clientes del restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, para la aplicación de recolección de datos se utilizó la técnica encuesta y el instrumento de cuestionario y se llegó a la siguiente conclusión: los clientes se sienten satisfechos con la atención brindada en el restaurante eclipse.

Villacorta (2019), en su tesis titulada *Gestión de la calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante, urbanización los jardines, Trujillo 2018 en la universidad Uladech* tesis para optar el título profesional de licenciado en administración, cuyo objetivo consistió en determinar las características de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante Urbanización los Jardines, Trujillo 2018, utilizo una metodología cuantitativa tomando

una población muestral de 11 empresas de restaurante ubicado en urbanización Los Jardines, Trujillo 2018 aplicando la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario, donde llego a las siguientes conclusiones: los empresarios si conocen gestión de calidad y atención cliente. la mayoría (45%) conocen el termino gestión de calidad a la misma vez el (45%) tienen cierto conocimiento de gestión de calidad. La totalidad (100%) conoce lo que es atención al cliente. La mayoría (63%) una mala atención se da por una mala organización de los trabajadores. La mayoría (36%) de los clientes están satisfechos igual manera que la mayoría simple (36%) incremento en sus ventas.

Sandoval (2018), en su tesis titulada *El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro, 2015* en la universidad San Martin de Porres para optar el grado académico de maestra en ciencias gastronómicas, propuso 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 una metodología de tipo descriptiva-correlacional, diseño transeccional- correlacional, la población objeto de estudio está constituida por el número total de 116 los trabajadores y comensales del Restaurant El Gourmet Urbano y una muestra de 89 trabajadores con la siguiente técnica: encuestas y el siguiente instrumento: cuestionario, se concluyó de la siguiente manera: el restaurante está muy mal en sus procesos y su gestión de calidad, así como se sugiere también la implementación de talleres de planificación mediante técnicas de procedimientos, procesos, para brindar una buena atención al cliente.

Arroyo (2017), en su tesis titulada *Diseño de un modelo de Gestión de la Calidad basado en la Herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del*

restaurante Marako's Grill S.A.C.- Chiclayo 2015-2016 en la Universidad San Martín de Porres tesis para optar el título profesional de licenciada en administración se planteó el objetivo: diseñar un modelo de gestión de la calidad basado en la herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako's Grill S.A.C. – Chiclayo 2015- 2016, estableció una metodología de diseño descriptivo – cualitativo la presente investigación tiene como población a los 22 trabajadores que laboran en el restaurante Marako's Grill S.A.C. de Chiclayo, se emplearon 2 técnicas: encuesta y entrevista a profundidad, se llegó a la siguiente conclusión: se debe tomar más en cuenta al servicio e higiene del restaurante, la satisfacción de los clientes está en un intermedio, y se debe definir y distinguir los elementos claves.

Sernaque (2017), en su tesis titulada *Gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2017 y propuestas de mejora* en la universidad católica los Angeles de Chimbote tesis para optar el grado académico de licenciado en administración cuyo objetivo consistió en determinar la gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de la Esperanza, año 2017 y propuestas de mejora la metodología que empleo fue descriptiva hizo uso de la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario a una muestra de 67 restaurantes, llegó a la siguiente conclusión: los empresarios pudieron indicar que el restaurante brinda los servicios adecuados a sus clientes y que tienen una buena acogida por sus precios cómodos, respecto a la atención al cliente indican que consideran que es una herramienta imprescindible para mejorar la atención que se brinde.

Goicochea (2016), en su tesis titulada *La gestión de calidad en las micro y*

pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015 en la universidad Católica los Ángeles de Chimbote, tesis para optar el grado académico de licenciada en administración la presente investigación tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio –rubro restaurantes del boulevard gastronómico del Distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015 hizo uso de la metodología de tipo cuantitativa - nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, aplico la técnica de encuesta y el instrumento del cuestionario a una muestra poblacional de 10 Mypes del Boulevard, llevo a las siguiente conclusión: respecto a la variable gestión de calidad se obtuvo que el 80 % tiene conocimientos sobre que es la gestión de calidad mientras que el 10% no, así mismo se obtuvo que el 30% desarrollan políticas de calidad mientras que el 70% no desarrollan políticas de calidad que tendrá que erradicar estos males para que el restaurante se mantenga en el sector, así como se sugiere también la implementación de talleres de planificación mediante técnicas de procedimientos, procesos, para brindar una buena atención al cliente.

Antecedentes Local

Flores (2019), en su tesis titulada *La calidad del servicio en la atención al cliente en la mype, rubro resturante, Caso: "Plaza Restaurant", del Distrito de San Vicente, Provincia Cañete, 2019* en la universidad Católica los Angeles de Chimbote ULADECH para optar el grado academico de licenciada en administración propuso el siguiente objetivo: identificar las dimensiones de la calidad del servicio en la atención al cliente en la MYPE, rubro restaurante, caso Plaza Restaurant, del distrito San

Vicente, Provincia Cañete, Año 2019 metodología de tipo Fenomenológico – estudio de caso nivel descriptiva diseño no experimental – transversal, haciendo uso de la muestra que estuvo compuesta solo por la representante del restaurante Plaza Restaurant con la técnica de entrevista, llego a la siguiente conclusión: el objeto de estudio es el favorito del distrito de San Vicente, ya que cuentan con la atención adecuada para sus clientes y esto hace que tengan una satisfacción y la fidelización de sus clientes.

Bases Teóricas y Conceptuales

Bases Teóricas

Gestión de Calidad

La Gestión de la Calidad no es solamente un sistema de dirección que impregna la práctica de gobernar las organizaciones con una cierta filosofía, y que debe pues penetrar en la conducta de todo un equipo directivo. También es una función de la dirección, que se agrega a otras existentes anteriormente, como la gestión comercial, la gestión de las operaciones o la gestión de la innovación. (Camisón, Cruz y González, 2006, p.92)

“La gestión de calidad es un conjunto de actividades que están relacionadas por hacer las cosas bien, ir mejorando continuamente hasta obtener la satisfacción del cliente”. (Guerrero y Uribe, 2013, p.36)

La “Gestión de la Calidad” es hoy en día una alternativa para la empresa indispensable para el crecimiento y la supervivencia de la propia organización, en cualquiera de los entornos en los que actúe. (Mateos de Pablo, 2012)

(Hernández, Luna, Cipriano, Paredes, y Ventura 2014), menciona los 4 procesos para una buena gestión:

Planeación: en este proceso esta orientado a alcanzar las metas, se orienta hacia la estabilidad para hacer permanente un ambiente estable, tambien se orienta hacia

garantizar el mejoramiento continuo ante frecuentes cambios. Se busca afrontar los posibles retos que se presenten, anticiparse a lo que se pueda presentar.

Organización: en este segundo proceso se formula la división de trabajo, se establece la estructura adecuada para mantener un ambiente y un funcionamiento idóneo. Para el buen funcionamiento de una empresa es primordial brindar los elementos necesarios.

Dirección: este tercer proceso se obtienen los resultados de la planeación, es la efectividad de los logros, es la toma de decisiones adecuadas, se reflejará si los resultados obtenidos son los esperados o no.

Control: es el último proceso consta de corregir y de evaluar el desempeño y el desarrollo general de una empresa, en el cual veremos si lo realizado se ajustan a lo planeado y a los objetivos. El control es donde se observará si la empresa cumple con todos sus objetivos y metas.

Principios de la Gestión de Calidad

Fontalvo (2004), Afirma:

Existen 8 principios básicos para la gestión de calidad los cuales son: enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque basado en procesos, enfoque de sistema para la gestión, mejora continua, enfoque basado en hechos para la toma de decisiones, relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.

Camisón, Cruz y González (2006), hace mención los siguientes principios de la gestión de calidad:

Enfoque al cliente: todas las organizaciones son dependientes de los clientes, por lo tanto, tienen que enfocarse en satisfacer las necesidades de ellos.

Liderazgo: los líderes son los que tienen que dirigir, encaminar y orientar a los

demás hacia las metas y objetivos en común de la empresa u organización.

Participación del personal: los personales deben de ser los adecuados ya que reflejan lo que viene a ser la empresa, son fuente primordial con la que reconocen los clientes a través de ellas.

Enfoque basado en los procesos: los procesos se alcanzan efectivamente cuando intervienen todos conjuntamente.

Enfoque de sistema para la gestión: aquí se procesan y gestionan, aplicando la efectividad, contribuyendo a la eficacia y eficiencia de la organización.

Mejora Continua: es el desempeño que muestra la organización constantemente.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones: Se análisis las acciones que se puedan tomar, haciendo de ellas el uso correcto y eficaz para el bien de todos.

Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor: las relaciones que se manejan con ellos tienen que siempre velar por el bienestar mutuo.

Técnicas de la Gestión de calidad

Calidad Total: proporciona una concepción global que fomenta la Mejora Continua en la organización y la involucración de todos sus miembros, centrándose en la satisfacción tanto del cliente interno como del externo. (Espinosa, 2009, p.20)

Enfoque a los clientes: debe de iniciar identificando nuestros posibles clientes y cuáles son sus necesidades, después de eso preocuparnos por atenderlos y llegar a satisfacer sus necesidades y expectativas. Según Espinosa (2009), “El enfoque a los clientes va a definir las políticas de calidad y estas deben guiar las relaciones.”

Reingeniería: se basa en tomar algunos procesos y rediseñarlo, pero con el objetivo de alcanzar una mejora continua. Es decir, es como realizar un cambio drástico en una

entidad, pero con el objetivo de obtener mejoras en diversos sectores como competitividad, rentabilidad, etc.

Benchmarking: Consiste en comparar productos, servicios y los procesos de trabajo de una entidad, donde se tome las practicas buenas del área que sea el que interese, de manera que se pueda compartir los conocimientos de las mejores prácticas. (Espinosa, 2009, p.26)

Según (Cuatrecasas, 2011). Mejora continua: La mejora continua es uno de los pilares fundamentales sobre los que se asienta la calidad total. (p.589)

Control de Calidad

Pola (2009), “El control de calidad queda reducido a una inspección, realizada por personal del departamento de calidad, y limitada a la recepción de materiales, a algunos puntos del proceso y escasas veces al producto terminado”. (p.12)

Las 7 herramientas de la calidad

Según Cuatrecasas (2011), nos dice que hay 7 herramientas de la calidad:

Diagrama de Pareto: consta en centrarse para tomar de decisiones sobre las causas que se creen más importantes para corregirlas y lograr más efectividad.

Diagrama Causa-Efecto o de Ishikawa: mediante este diagrama se logrará recolectar las causas y sub causas que repercuten en un problema.

Histograma: nos sirven para ver la efectividad de los nuevos cambios, verificando su evolución.

Gráfico de control: es la herramienta que se utiliza para el control de datos estadísticos en los procesos, así que sirve para poder analizar, verificar y controlar la estabilidad de los procesos.

Diagrama de correlación o Dispersión: es manifestar las relaciones que puedan

existir en dos cualidades de la calidad, al comparar a los dos en un momento.

Hoja de Recogida de datos: consiste en recoger datos como su nombre lo dice, aquí se encuentra toda la información relevante de todas las actividades y procesos.

Estratificación de datos: consiste en agrupar los datos o en categorías, para poder hacer un análisis más a fondo de lo que cause problemas, poder aplicar correcciones y planes de mejora eficientes. (p.591)

Calidad Total

Cuatrecasas (2010), señala que el “enfoque de gestión eficiente de la calidad por excelencia, en la actualidad, está basado fundamentalmente en una adecuada organización y la correcta gestión de los recursos materiales y humanos que la integran, de forma que todos ellos estén absolutamente involucrados.” (p.34)

Dimensiones de la Calidad Total

Para poder medir la calidad total percibida Gronroos propone los seis criterios de la calidad percibida en los servicios los cuales son los siguientes La profesionalidad y habilidad, la actitud y el comportamiento, la accesibilidad y flexibilidad, la fiabilidad y formalidad, restablecimiento, reputación y credibilidad. (Grónroos 2000, citado por Vargas y Aldana 2014, p.70)

Garvín (1988), Identifica ocho dimensiones de la calidad en las que puede competir la empresa:

Desempeño: son los esfuerzos que se brindan por lograr un objetivo y realizarlo de la mejor forma posible.

Características: comprende todos los aspectos que son observables, y contribuyen a la satisfacción o la estética del producto o servicio.

Conformidad: se refiere a la satisfacción que siente el cliente por parte de la

prestación del servicio o producto brindado, si es que cumple con sus expectativas o las supera.

Confiabilidad: se trata de la certeza de que un producto o servicio es confiable y 100% seguro.

Durabilidad: es la vida útil del producto.

Atención: todo lo que implica la buena atención o el recibiendo que se brinda por parte del personal hacia los clientes.

Estética: es la característica de un producto o servicio, por lo que resalta o llama a atención entre otros.

Calidad Percibida: es la certeza o la satisfacción que se adquiere al adquirir un producto o servicio, si supera tus expectativas o cumple con ellas. (p.101-109)

Mejora Continua

Cuatrecasas (2010). indica “Es uno de los pilares fundamentales sobre los que se asienta la calidad total. Procede del término japonés kaizen, que quiere decir «hacer pequeñas cosas mejor” (p.64)

El modelo europeo de calidad EFQM

Cuatrecasas (2010). señala. “El modelo EFQM se basa en la instauración y evaluación de una serie de elementos, cuyo desarrollo se halla sometido a una autoevaluación mediante cuestionarios.” (p.51)

Agentes del EFQM

Cuatrecasas (2010), nos menciona a los siguientes agentes:

Liderazgo: es uno de los principales ya que el modelo se centra en que la gestión de la calidad total, impulsa a todos sus trabajadores a participar por su empresa.

Estrategia: se basa en obtener la satisfacción de los clientes externo, como de los

internos.

Recursos: se centra en cómo se manejan los recursos materiales, de personales, para obtener resultados eficientes y eficaces.

Personal: son todas las personas que se ven involucradas en todo este proceso.

Proceso: son todas las actividades que se realizaran para llegar a un objetivo en general.

Resultados: es el éxito de todo el proceso que se ejecutó, así como también puede ser todo lo contrario.

Satisfacción de los clientes: son los resultados obtenidos, se muestran en los clientes externos.

Satisfacción del Personal: es el rendimiento de todos los personales, sus logros por todo su empeño.

Impacto social: son los resultados de la satisfacción de todo el mercado. Se cumple con las expectativas y los deseos de todo el mercado.

Rendimiento y eficiencia global de la organización: el desarrollo de la empresa, como se está desplazando en el mercado, si cubre o no con las expectativas y deseos de las personas que se interesen en sus servicios. (p.52-55)

Teoría de la calidad basada en la administración de la organización

Según Vargas y Aldana (2014), afirma que la calidad no solo tiene que estar presente en los procesos de producción, la calidad tiene que hacerse presente en cada función administrativa en las organizaciones. “Es así como llega a afirmar que los elementos que constituyen el sistema no se centran en el área técnica de la empresa, sino que involucran aspectos administrativos, organizativos y de mercadeo, con los que se busca encontrar la satisfacción del cliente, la gestión laboral y la gestión económica”.

(p.71)

Atención al Cliente

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando cubrir sus expectativas, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes”. (Blanco, 2001 citado en Pérez, 2006, p.6)

Arenal (2019), “la atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad”. (p.9)

Es el trato que brindan las empresas cuando los clientes adquieren un producto o servicio, el trato puede ser bueno o malo, la atención al cliente afecta a la organización ya que es la manera de tratar a los clientes internos y externos. Según García (2011), “La atención al cliente se puede entender como todo aquel servicio que proporcionan las empresas (tanto las que prestan servicios como las que comercializan productos) a sus clientes.” (p.11)

Brown (1992), “La atención al cliente se refiere a personas, no a cosas. Consiste en hacer que encajen dos grupos de personas: los empleados y los clientes. Una vez logrado esto, la empresa obtendrá una ventaja competitiva.” (p.5)

(Pérez, 2006) señala, “para brindar una excelente atención, se requiere que los trabajadores pongan en práctica habilidades personales que permitan establecer una óptima comunicación con sus clientes, como base para fomentar prósperas relaciones humanas con ellos.” (p. 15)

Elementos de la atención al cliente

Tadoro (2015), nos hace mención los siguientes elementos de la atención al cliente:

Entorno: es el que está conformado por el entorno sea físico o el de accesorio, la opinión que los clientes tengan del entorno de la empresa es fundamental porque determinara si es aceptable por ellos o no.

Organización: está conformada por los elementos intangibles y los inmateriales que se utilizan para atender a los clientes.

Empleados: son las personas fundamentales que conforman una organización, hacen posible la relación con los clientes, de ellos dependerá la imagen que tengan de la empresa.

Características de la atención al cliente

(Blanco Antonio, citado por Arenal, 2019), nos menciona las siguientes características de la atención al cliente:

Diferenciación: en la actualidad la competencia abunda y es que las personas tienen que hacer la diferencia entre la competencia, es por ello que muchos optan por la atención al cliente la cual se convierte en un valor añadido.

Conocimientos de las necesidades y expectativas de los clientes: es necesario que se conozcan las necesidades de los clientes para así poder satisfacer y cumplir con sus expectativas, de manera que se sientan enteramente satisfechos con los productos y servicios brindados.

Flexibilidad y mejora continua: el personal que tiene contacto directo con los clientes debe recibir constantemente capacitaciones y tener la adecuada formación para tratar con los clientes. Las empresas tienen que adaptarse a los cambios constantes que se presentan y sobre todo a las necesidades de los clientes.

Orientación al trabajo y al cliente: los trabajos donde se ven involucrados los personales directamente con los clientes deben de hacer uso de una atención adecuada y un buen desempeño.

Plantearse como meta la atención al cliente la fidelización: día a día se ve que es más fácil la fidelización de un cliente, que captar un cliente nuevo; por ello es importante plantear nuevas estrategias para que los clientes puedan sentirse satisfechos con el producto o servicio.

Canales digitales: la creciente demanda de equipos en la actualidad ha hecho que los clientes sean más exigentes, muchos de ellos esperan respuestas rápidas y oportunas, las redes sociales contribuyen a la eficiencia y la efectividad del producto o servicio.

Dimensiones de la Atención al Cliente

Cuatrecasas (2010), Nos menciona las siguientes dimensiones:

Elementos tangibles: se refiere a la infraestructura, los equipos, materiales que se utilizan para brindar el producto o servicio.

Fiabilidad: La seguridad y el compromiso con que ofrecen los servicios.

Capacidad de respuesta: es la disposición por parte del personal para brindar posibles soluciones a los clientes.

Profesionalidad: características con las que se representa la persona para desempeñarse en su trabajo.

Cortesía: se refiere a la demostración o el afecto, amabilidad que se brindan a las demás personas.

Credibilidad: es demostrar creencia a los demás, seguridad, compromiso.

Seguridad: consiste en minimizar los posibles riesgos o daños que se puedan presentar, es brindar la certeza de los productos o servicios que se ofrecen

asegurando el bienestar de todos.

Accesibilidad: Capacidad de un servicio de ser accesible y facilidad para establecer contacto.

Comunicación: Mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje que puedan entender, así como saber escucharlos.

Comprensión del cliente: Esfuerzos realizados para conocer al cliente y sus necesidades. (p.47)

Procesos de la atención al cliente

Según Villanueva (2012), tenemos los siguientes elementos:

Determinación de las necesidades del consumidor: se debe identificar los tipos de clientes, los servicios que prefieren, lo que se ofrece, y que es lo que está cuales son los puntos débiles en la atención al cliente.

Análisis de los ciclos del servicio: es necesario tener una buena cantidad de personal en temporadas donde se necesite mayor cantidad de empleados para la atención al cliente.

Realizar encuestas a los clientes: es necesario mantenerse informados de las preferencias, quejas o reclamos de los clientes.

Hay que evaluar y observar: se tiene que tener en constante evaluación a las personas que atienden a los clientes.

Motivación y recompensas: es fundamental que el personal se encuentre bien en todos los aspectos para que pueda brindar la atención necesaria a los clientes. (p.165)

Componentes de una buena atención al cliente

Zapatero (2012), nos afirma que existen 10 componentes para brindar una buena atención al cliente y entre ellas tenemos:

Seguridad: es cuando se brinda ningún riesgo a los clientes, sin dudas y ningún

peligro de por medio.

Credibilidad: se tiene que transmitir una buena seguridad, para así brindar un ambiente con confianza con los clientes.

Comunicación: Se debe informar a los clientes con un buen trato hacia ellos, es más fácil la comunicación cuando ya se ha podido brindar credibilidad y seguridad.

Comprensión al cliente: se trata de poder comprender a los clientes en sus gustos y preferencias y brindarle lo que desean y en ocasiones ser empáticos.

Accesibilidad: para poder brindar un buen servicio es necesario proporcionar a los clientes toda la información, sugerencias, quejas y reclamos.

Cortesía: es una mezcla de buen trato al cliente, sobre todo la amabilidad que se les brinda y una buena atención, de esta manera mantendremos contentos a los clientes.

Profesionalismo: son las habilidades y conocimientos que tienen quienes brindan los servicios.

Capacidad de respuesta: respuesta inmediata por parte de los miembros de la organización y brindarle un servicio de primera y rápido.

Fiabilidad: es la facultad en que la organización ejecuta los servicios de forma fiable.

Elementos Tangibles: contar una buena infraestructura, un clima adecuado y el personal muy bien capacitado para brindar los servicios. (p. 23-24)

Fidelización del cliente

Se trata de conseguir la mayor calidad en la atención al cliente, ofreciendo un producto excelente y la mayor cantidad de servicios complementarios posibles. Además, es necesario desarrollar una forma de pensar y actuar que debe ser compartida por todos los miembros de la organización con el objetivo de alcanzar relaciones con

sus clientes que sean perdurables. (Zapatero, 2012, p.14)

Satisfacción del Cliente

Es un elemento primordial, para que una empresa perdure y se mantenga en el mercado, es por ello que siempre se debe de escuchar a los clientes, es decir conocer sus necesidades y deseos, es necesario sobre pasar las expectativas para poder lograr la satisfacción, ya que un cliente satisfecho es un cliente feliz. (Arenal, 2019, p.91)

Elementos que generan satisfacción del cliente

Según Mateos de Pablo (2012), considera algunos elementos importantes para la satisfacción del cliente los cuales son: 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. (p. 64)

Tipos de clientes

Cliente Interno: Es la persona que labora en una entidad, pero también está en manos de otros trabajadores para poder realizar su trabajo.

Vargas y Aldana de Vega (2011), “Son los empleados de la organización que reciben el trabajo después de que otros lo terminan y realizan la función siguiente en el camino hacia el servicio al cliente intermedio y final.” (p. 99)

Cliente Externo: es una persona cualquiera, que adquiere un servicio o producto.

Tipología de clientes

Clientes destinatarios: son las personas para las que va dirigida el producto o servicio, pero no han adquirido ni han tenido contacto.

Clientes potenciales: son los clientes que ya han realizado alguna compra.

Clientes ocasionales: se ubican los clientes que realizan compras esporádicamente o los que ya han realizado al menos una compra.

Clientes habituales: son los clientes que frecuentemente realizan sus compras.

(Diaz, 2015 pag. 29)

Criterios para la evaluación de los Servicios

Cuatrecasas (2010), Los criterios que se deben tener en cuenta son los siguientes:

Elementos tangibles: Infraestructura adecuada, ambiente agradable, personal adecuado, equipos en buen estado, etc.

Fiabilidad: Contar con todos los instrumentos adecuados para brindar los servicios prometidos por medio de los dueños.

Capacidad de respuesta: Inmediata soluciones a posibles quejas o inconvenientes que se presenten a los clientes.

Profesionalidad: Contar con el personal adecuado para el tipo de servicio que se ofrecen.

Cortesía: Atención adecuada a los clientes, amabilidad, buen trato, etc.

Credibilidad: Honestidad al brindar los servicios.

Seguridad: Brindar un clima agradable, con una infraestructura adecuada, minimizando el riesgo o peligro.

Accesibilidad: Facilidad de comunicación, brindar un servicio adecuado.

Comunicación: Tener una comunicación fluida con los clientes, escucharlos y entenderlos.

Comprensión del cliente: Llegar a entablar una buena comunicación y relación con los clientes. (p.47)

Mypes

Inei (2019), “Entiéndase por pequeña empresa y micro empresa, a las entidades económicas que operan como persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial y que desarrolla actividades de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.” (p. 18)

Características de las micro y pequeñas empresas

Inei (2019), Nos menciona las siguientes características de Mypes:

MICRO EMPRESA: El dueño tiene que trabajar en la misma empresa, solo pueden tener un máximo de 15 trabajadores y sus ventas anuales pueden ser máximo 140 UIT

PEQUEÑA EMPRESA: Sus trabajadores pueden ser de 16 a 50 personas y sus ventas por año tienen que alcanzar la suma de 141 UIT a 350 UIT. (p.20)

Marco Conceptual

Calidad

Se define calidad como las características de un determinado producto o servicio donde se cumple con las expectativas de las personas, también se podría definir la calidad como el monto que los usuarios están dispuestos a pagar por adquirir un servicio o producto. (Pola, 2009, p.10)

Cortes (2017), “Calidad es el grado de cumplimiento de requisitos establecidos por las partes interesadas, ya sean internos o externos, normativos o legales, de la dirección o de los clientes.” (p.25)

Guerrero y Uribe (2013), Se define como un conjunto de propiedades que tiene un producto o servicio y que son propios a él, lo cual da a conocer que está bien hecho y se consume con los requisitos y estándares exigidos, alcanzando un grado de satisfacción tanto para el fabricante como para el cliente. (p.30)

Fontalvo y Vergara, (2010), “Es el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes.” (p.22)

Cliente

Es la persona que tiene toda la decisión de sus necesidades, y será quien fije si el producto cumple con sus expectativas, como lo dice Mateos (2012), “El cliente es el que lo decide todo, el verdadero juez de la calidad y sus consecuencias reales, es el principio y fin del proceso de calidad.” (p.129)

Es el usuario o grupo de personas que adquiere un servicio o producto, es el quien adquiere el resultado de los trabajos que se realicen. (Arias, 2007, p.21)

Sánchez (2011), “El cliente es el elemento más importante en la restauración, por ello el principal objetivo de un establecimiento es que éste salga satisfecho tanto de lo que ha consumido como del trato que se le ha dispensado.” (p. 12)

Restaurante

Un restaurante es el establecimiento donde preparan, sirven comidas y bebidas por la cual se tiene que pagar una cantidad determinada de dinero. Como lo menciona Sánchez (2011), son los establecimientos o locales que ofrecen servicios de comidas y bebidas a un determinado valor económico. (p. 9)

Clasificación de restaurantes

Vaquero (2013), nos dice que los restaurantes se clasifican en:

Restaurante tradicional: es aquel establecimiento que brinda servicios de comidas y bebidas de todo tipo y cuenta con una cocina tradicional, y platos tradicionales en la carta, sus empleados visten de acorde al tipo del restaurante.

Cafetería: es el lugar que brinda servicios de comidas y bebidas, las mesas se encuentran dispersas o sirven comidas y bebidas en el mostrador.

Snack-Bar: es el establecimiento que brinda servicios de comidas y bebidas de manera sencilla.

Self-service: es el lugar donde los propios clientes suelen servirse se las bandejas.

Buffet abierto: generalmente se encuentra este tipo de servicio en hoteles de categoría, y es donde los clientes se sirven y degustan de diversos platos pagando solo un precio por todos ellos. (p. 19)

Sector Servicio

Sánchez (2011), “está compuesto tanto por elementos materiales como inmateriales, que van desde los géneros que se sirven hasta el material usado para este menester, teniendo en cuenta la amabilidad de la brigada o la decoración del establecimiento.” (p. 16)

III. Hipótesis

La presente investigación no lleva hipótesis ya que solo es de nivel descriptivo

No todas las investigaciones cuantitativas plantean hipótesis, las investigaciones descriptivas sólo se trata de mencionar las características de las variables en estudio. **(Hernández, Fernández y Baptista, 2010)**

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

El tipo de investigación es cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño transversal

Para **Hernández, Fernández y Baptista (2010)**, Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables. (p.248)

4.2. Población y Muestra

Población

La población estuvo compuesta por todas las Mypes del sector servicio, Quilmaná.

Asti (2015), “Una población es el conjunto de todos los casos que integran un grupo de especificaciones (características) predeterminadas.” (p.66)

Muestra

La muestra se determinó por muestreo probabilístico para poblaciones infinitas, se aplicó a 384 clientes del restaurante De la Cruz.

Hernández, Fernández y Baptista (2010), “Muestra probabilística Subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos.” (p.176)

$$\frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Donde:

Za= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

P= proporción esperada (en este caso es del 95%)

Q= 1-p (en este caso 1-0.05=0.95)

E= margen de error 0.05

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n= 384$$

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Tabla 1.

Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN DE OPERACIONALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD	Guerrero R y Uribe M. (2013), la gestión de calidad es un conjunto de actividades que están relacionadas por hacer las cosas bien, ir mejorando continuamente hasta obtener la satisfacción del cliente. (p.36)	La dimensión “Dirección” se medirá con los siguientes indicadores (capacitación, trabajo en equipo, motivación y efectividad) para la cual se hará uso del instrumento de cuestionario y las técnicas de encuestas, con una escala nominal.	Dirección	Capacitación Trabajo en equipo Motivación Efectividad	Escala de Likert
		La dimensión “control” se medirá con los indicadores (control previo control durante y control posterior) para la cual se hará uso del instrumento de cuestionario y las técnicas de encuestas, con una escala nominal.	Control	Control previo Control durante Control posterior	
ATENCIÓN AL CLIENTE	Arenal C (2019), “la atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad”. (p.9)	La dimensión Empatía se medirá con los siguientes indicadores (comprensión y afecto) para la cual se hará uso del instrumento de cuestionario y las técnicas de encuestas, con una escala nominal.	Empatía	Comprensión Afecto	
		La dimensión cortesía se medirá con los siguientes indicadores (atención adecuada y cordialidad) para la cual se hará uso del instrumento de cuestionario y las técnicas de encuestas, con una escala nominal.	Cortesía	Atención adecuada Cordialidad	
		La dimensión capacidad de respuesta se medirá con los siguientes indicadores (disposición del personal, manejo de quejas y reclamos e iniciativa del personal) para la cual se hará uso del instrumento de cuestionario y las técnicas de encuestas, con una escala nominal.	Capacidad de Respuesta	Disposición del personal Manejo de quejas y reclamos Iniciativa del personal	

4.4. Técnica e Instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para este tipo de investigación se utilizó la encuesta.

Según **Ackerman y Com (2013)**, “Las encuestas permiten obtener información intangible; es decir, conocer aspectos de la realidad que el investigador no puede observar directamente.”

Instrumento

El instrumento utilizado es el cuestionario.

Según **Hernández, Fernández y Baptista (2013)**, “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.”

4.5. Plan de análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio, se aplicó la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario, para analizar los resultados se utilizó el programa de Excel y Google drive. Para la elaboración del trabajo también se hizo uso de programas como WORD ya que aquí se redactó toda la estructura del trabajo, ADOBE ACROBAT nos permitió descargar archivos en pdf y poder visualizarlos.

4.6. Matriz de Consistencia

Tabla 2.

Matriz de consistencia

CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR SERVICIO: CASO RESTAURANTE POLLERÍA DE LA CRUZ, DISTRITO DE QUILMANÁ, CAÑETE, 2019

Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>General ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019</p>	<p>General: Determinar las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019</p>	<p>GESTIÓN DE CALIDAD</p>	Dirección	<p>Capacitación</p> <hr/> <p>Trabajo en equipo</p> <hr/> <p>Motivación</p> <hr/> <p>Efectividad</p>	<p>Tipo de la Investigación: Cuantitativa</p> <p>Nivel de la Investigación: Descriptiva</p> <p>Diseño de la Investigación: No experimental de forma Transversal</p>
	<p>Específicos: Describir la gestión calidad en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019.</p>		Control	<p>Control previo</p> <hr/> <p>Control durante</p> <hr/> <p>Control posterior</p>	
<p>General ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019</p>	<p>Específicos: Describir la atención al cliente en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019.</p>	<p>ATENCIÓN AL CLIENTE</p>	Empatía	<p>Comprensión</p> <hr/> <p>Afecto</p> <hr/> <p>Atención adecuada</p>	<p>Población: La población estará compuesta por todos los clientes del restaurante De la Cruz, distrito de Quilmaná.</p> <p>Muestra: Estará conformada por 384 clientes del restaurante De la Cruz.</p>
			Capacidad de respuesta	<p>Cortesía</p> <hr/> <p>Cordialidad</p> <hr/> <p>Disposición del personal</p> <hr/> <p>Manejo de quejas y reclamos</p> <hr/> <p>Iniciativa del personal</p>	

4.7. Principios Éticos

Durante la realización de la investigación se aplicó los principios éticos que establece la universidad Católica los Ángeles de Chimbote entre los cuales tenemos:

Protección a las personas: en toda investigación las personas son el fin y no el medio, es por ello que se le debe de brindar protección, se debe respetar la dignidad humana, la integridad y la privacidad. (Uladech, 2019)

Libre participación y el derecho de estar informado: Todas las personas que desarrollan y participan en una investigación tienen el derecho de estar bien informados sobre cuáles son los propósitos y los fines de la investigación, así como tomar la decisión de ser partícipes o no. (Uladech, 2019)

Beneficencia y maleficencia: Se debe de asegurar el bienestar de las personas que sean partícipes de la investigación, el investigador debe de no causar daño, minimizar efectos adversos y brindar beneficios. (Uladech, 2019)

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: “En las investigaciones se debe respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente, por encima de los fines científicos; deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios”. (Uladech, 2019)

Justicia: El investigador debe de ser razonable, tomar medidas y precauciones para que no se cometan prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecha a acceder a sus resultados. (Uladech, 2019)

Integridad científica: La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan

en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados. (Uladech, 2019)

V. Resultados

5.1. Resultados

5.1.1. Datos del encuestado

Tabla 3.

Edad del encuestado

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De 18 a 25 años	100	26%
De 26 a 35 años	115	30%
De 36 a 45 años	73	19%
De 46 a 55 más	69	18%
De 56 a más	27	7%
Total	384	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 3 y figura 1 denominada edad de los encuestados se observó que, el 30% de las edades oscilan entre 26 a 35 años, el 26% oscilan entre 18 a 25 años el 19% entre 36 a 45 años, el 18% entre 46 a 55 años y solo el 7% entre 56 a más. Como podemos observar que la edad más predominante fluctúa entre 26 a 35 años.

5.1.2. Sexo del encuestado

Tabla 4.

Sexo del encuestado

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Varón	204	53%
Mujer	180	47%
Total	384	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 3 y figura 2 denominada sexo del encuestado se observa que el 53% son varones y el 47% son mujeres. Se observó que el sexo predominante de los clientes del restaurante de la Cruz es el de varones.

5.1.2. Variable Gestión de calidad

Tabla 5.

Capacitaciones relevantes para un buen desempeño del personal

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi siempre	0	0%
A veces	27	7%
Casi nunca	100	26%
Siempre	257	67%
Total	384	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 5 y figura 3, se observó que el 67% considera que siempre las capacitaciones son relevantes para un buen desempeño del personal, el 26% considera que casi siempre y el 7% considera que solo a veces. Como podemos observar que el 93% de los clientes del restaurante De la Cruz consideran que las capacitaciones son relevantes para un buen desempeño del personal.

Tabla 6.

Capacitado para desempeñar bien sus funciones

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	19	5%
Casi siempre	150	39%
Siempre	215	56%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 6 y figura 4, se observó que el 56% respondió que siempre el personal se encuentra capacitado para desempeñar sus funciones, mientras que el 39% considera casi siempre y el 5% respondió a veces. Como podemos observar que el 95% de los clientes del restaurante De la Cruz consideran que el personal se encuentra

capacitado para desempeñar sus funciones.

Tabla 7.

Trabajo en Equipo

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	23	6%
Casi siempre	154	40%
Siempre	207	54%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 7 y figura 5, se observó que el 54% consideran que siempre trabajan en equipo para obtener buenos resultados, mientras que el 40% respondieron casi siempre y solo el 6% respondió a veces. Como podemos observar el 94% de los clientes del restaurante De la Cruz consideran que trabajan en equipo para obtener buenos resultados.

Tabla 8.

Colaboran de forma activa para mantener un buen equipo de trabajo

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	27	7%
Casi siempre	150	39%
Siempre	207	54%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la tabla 8 y figura 6, observa que el 54% respondió que siempre colaboran de forma de activa para mantener un buen equipo de trabajo, mientras que el 39% casi siempre y solo el 7% a veces. Como podemos observar el 93% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que todos colaboran para mantener un buen equipo

de trabajo.

Tabla 9.

Personal motivado

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	27	7%
Casi siempre	131	34%
Siempre	226	59%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la tabla 9 y figura 7, se observa que el 59% respondió que siempre el personal se encuentra motivado, mientras que el 34% respondió casi siempre y solo el 7% solo a veces. Como podemos observar el 93% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que el personal se encuentra motivado.

Tabla 10.

Ayudan a resolver problemas de manera eficaz

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	27	7%
Casi siempre	115	30%
Siempre	242	63%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 10 y figura 8, se observa que el 63% respondió que en el restaurante siempre todos ayudan a resolver de manera eficaz, mientras que el 30% respondió casi siempre y solo el 7% a veces. Como podemos observar el 93% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que todos ayudan a resolver de manera eficaz.

Tabla 11.

Eficiencia

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	15	4%
Casi siempre	112	29%
Siempre	257	67%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 11 y figura 9, se observa que el 67% considera que la eficiencia siempre contribuye para una mejora en el restaurante, mientras que el 29% respondió casi siempre y el 4% respondió a veces. Como podemos observar el 96% de los clientes del restaurante De la Cruz considera que la eficiencia contribuye para una mejora en el restaurante.

Tabla 12.

Productos y los materiales son de buena calidad

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	4	1%
Casi siempre	111	29%
Siempre	269	70%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 12 y figura 10, se observa que el 70% consideran que los productos y materiales siempre son de buena calidad, mientras que el 29% casi siempre y solo el 1% a veces. En tal sentido se puede observar que la mayoría, 99% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que los materiales son de buena calidad.

Tabla 13.

Control permanente para brindar una adecuada atención

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	23	6%
Casi siempre	131	34%
Siempre	230	60%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 13 y figura 11, se observa que el 60% considera que siempre se realiza un control permanente para brindar una adecuada atención, mientras que el 34% casi siempre y el 6% respondió a veces. Entonces se puede decir que la mayoría de los clientes del restaurante de la Cruz 94% consideran que se realiza un control permanente para brindar una adecuada atención.

Tabla 14.

Corrigen los errores

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	34	9%
Casi siempre	154	40%
Siempre	196	51%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 14 y figura 12, se observó que el 51% consideran que en el restaurante siempre corrigen los errores que se presentaban anteriormente, el 40% casi siempre, mientras que el 9% respondió a veces. Como podemos observar el 91% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que si se corrigen los errores en el restaurante.

5.1.3 De la variable Atención al cliente

Tabla 15.

Comprensión

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	11	3%
Casi siempre	169	44%
Siempre	204	53%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 15 y figura 13, se observó que el 53% consideran que el personal siempre demuestra la debida comprensión hacia los clientes, mientras que el 44% respondió casi siempre y el 3% a veces. En tal sentido se puede decir que el 97% de los clientes del restaurante De la Cruz consideran que el personal le brinda comprensión.

Tabla 16.

Afecto al brindar atención

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	15	4%
Casi siempre	150	39%
Siempre	219	57%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 16 y la figura 14, observó que el 57% respondió que el personal siempre muestra afecto al brindarle la atención requerida, mientras que el 39% casi siempre y el 4% respondió a veces. Como podemos observar el 96% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que el personal le muestra afecto al brindarle la atención.

Tabla 17.

Satisfacción

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	15	4%
Casi siempre	165	43%
Siempre	204	53%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 17 y figura 15, se observa que 53% consideran que la atención que le brindan siempre es de su entera satisfacción, mientras que el 43% casi siempre y el 4% respondió a veces. Como podemos observar el 96% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que la atención que le brindan es de su entera satisfacción.

Tabla 18.

Atención adecuada y oportuna

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	4	1%
Casi siempre	115	30%
Siempre	265	69%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 18 y figura 16, se observó que el 69% consideran siempre primordial la atención adecuada y oportuna, mientras que el 30% casi siempre y el 1% solo a veces. Como podemos observar la mayoría de los clientes del restaurante de la Cruz 99%, consideran primordial al atención adecuada y oportuna.

Tabla19.

Cordialidad

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	4	1%
Casi siempre	180	47%
Siempre	200	52%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 19 y figura 17, se observó que el 52% consideran que la cordialidad siempre es parte de la atención que le brindan en el restaurante, mientras que el 47% casi siempre y el 1% a veces. Como podemos observar el 99% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que la cordialidad es parte de la atención que le brindan.

Tabla 20.

Disponibilidad del personal

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	38	10%
Casi siempre	150	39%
Siempre	196	51%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 20 y figura 18, se observa que el 51% consideran la disponibilidad del personal siempre adecuada, mientras que el 39% casi siempre y el 10% a veces. Podemos observar que el 90% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que la disponibilidad del personal es la adecuada.

Tabla 21.

Número de empleados

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	31	8%
Casi siempre	138	36%
Siempre	215	56%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 21 y figura 19, se observó que el 56% considera que la cantidad del personal siempre es la adecuada para una buena atención al cliente, mientras que el 36% casi siempre y el 8% a veces. Como podemos observar el 92% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que la cantidad del personal en el restaurante es el adecuado para brindar una buena atención.

Tabla 22.

Quejas y reclamos

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	35	9%
Casi siempre	134	35%
Siempre	215	56%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 22 y figura 20, se observó que el 56% consideran que las quejas y reclamos son siempre atendidos oportunamente, mientras que el 35% casi siempre, y solo el 9% a veces. Como podemos observar el 91% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que las quejas y reclamos en el restaurante son atendidos oportunamente.

Tabla 23.

Solucionar quejas y reclamos

Valoración	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	27	7%
Casi siempre	150	39%
Siempre	207	54%
Total	384	100%

Fuente: cuestionario aplicado a los clientes

Elaboración: propia

Interpretación: En la Tabla 23 y la figura 21, se observó que el 54% consideran que el personal siempre tiene iniciativa para solucionar las quejas y reclamos, mientras que el 39% casi siempre y el 7% a veces. Como podemos observar el 93% de los clientes del restaurante de la Cruz consideran que el personal tiene iniciativas para solucionar las quejas y reclamos.

5.2. Análisis de resultados

5.2.1. Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio: Caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019.

En la tabla 6 y figura 4 se observó que el 95% de los encuestados señalan que el personal del restaurante De la Cruz se encuentra capacitado, ya que visualizan que el desempeño de sus actividades con las adecuadas. En la tabla 8 y figura 6 se observó que el 93% de los encuestados señalan que todos trabajan en equipo. En la tabla 10 y figura 8 se observó que el 93% de los encuestados indican que todos colaboran para ayudar a resolver los problemas que se presenten de manera eficaz. En la tabla 12 y figura 10 se observó que el 99% de los encuestados consideran que los materiales en el restaurante de la Cruz son de buena calidad. En la tabla 14 y figura 12 se observó que el 91% de los encuestados indican que los errores son corregidos. En la tabla 16 y figura 14 se observó que el 96% de los encuestados señalan que el personal es atento y muestra afecto al momento de brindarle la atención. En la tabla 18 y figura 16 se observó que el 99% de los encuestados consideran que en el restaurante De la Cruz brindar una atención adecuada es primordial. En la tabla 20 y figura 18 se observó que el 90% de los encuestados señalan que la disponibilidad del personal es la adecuada. En la tabla 21 y figura 19 se observó que el 92% de los encuestados indican que la cantidad del personal en el restaurante es adecuada para brindar una buena atención. Estos resultados son similares a los de Villacorta (2019), quien concluye la totalidad de sus empleados contribuye a mejorar el rendimiento del negocio a través de la gestión de calidad. La gestión de calidad si ayuda alcanzar los objetivos y metas de la empresa, conocen atención al cliente, es fundamental la atención al cliente para que regrese, utilizan la comunicación,

son rápidos en la entrega del producto, brindan una buena atención al cliente. Mateos de Pablo M. (2012), la “Gestión de la Calidad” es hoy en día una alternativa para la empresa indispensable para el crecimiento y la supervivencia de la propia organización, en cualquiera de los entornos en los que actúe. Arenal C (2019), “la atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad”.

5.2.2. Variable Gestión de Calidad

5.2.2.1. Objetivo 1: Describir la gestión calidad en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019.

En la Tabla 5 y figura 3, se observó que el 93% de los encuestados considera que las capacitaciones son relevantes para un buen desempeño del personal. En la Tabla 6 y figura 4, se observó que el 94% de los encuestados respondió que el personal se encuentra capacitado para desempeñar sus funciones, por lo tanto, es una fortaleza con la que cuenta el personal del restaurante De la Cruz. En la Tabla 7 y figura 5, se observó que el 94% de los encuestados consideran que el personal en el restaurante De la Cruz trabaja en equipo para obtener buenos resultados. En la Tabla 13 y figura 11, se observa que el 94% de los encuestados señalan que en el restaurante De la Cruz se realiza un control permanente para una buena atención. Este resultado se discrepa con Goicochea (2017) quien concluye que una mayor parte de las MYPE en estudio no han desarrollado ninguna política de calidad, la capacitación que se brinda a los empleados es de forma experimental, y resulta que muchos de ellos no se encuentran preparados para cumplir bien sus funciones en su puesto. Tal como lo sostiene Vargas M y Aldana L (2014) quien afirma que la calidad no

solo tiene que estar presente en los procesos de producción, la calidad tiene que hacerse presente en cada función administrativa de las organizaciones.

5.2.3. Variable Atención al cliente

5.2.3.1. Objetivo 02. Describir la atención al cliente en las micro y pequeñas

Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019.

En la Tabla 15 y figura 13, se observó que el 97% de los encuestados consideran que el personal demuestra la debida comprensión hacia los clientes, en el restaurante se preocupan por hacen sentir bien a los clientes. En la Tabla 18 y figura 16, observó que el 99% de los encuestados indican que la atención que reciben en el restaurante De la Cruz es primordial, adecuada y oportuna, haciendo que los clientes se sientan satisfechos con la atención que se les brinda. En la Tabla 19 y figura 17, se observó que el 99% de los encuestados consideran que la cordialidad siempre es parte de la atención que le brindan en el restaurante. En la Tabla 20 y figura 18, se observa que el 90% de los encuestados consideran la disponibilidad del personal adecuada., ya que se encuentran conformes con la atención que se les brinda. En la Tabla 22 y figura 20, se observó que el 91% de los encuestados señalan que las quejas y reclamos son atendidos oportunamente por los empleados del restaurante De la Cruz. Este resultado se discrepa con López (2018) quien concluye que se encuentran algunos clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's, también se pudo observar que los empleados no brindan una atención personalizada, no cuentan con capacitaciones y el número de empleados no es el adecuado por lo tanto la atención que se brinda no es rápida. Blanco Antonio, citado por Arenal (2019) menciona que en la actualidad existe abundante competencia, es por ello que muchas empresas optan por la diferenciación a través de la atención al cliente, por ello brindan un trato de

excelencia a sus clientes como amabilidad, cordialidad, trato personalizado, entre otros.

VI. Conclusiones

Conclusiones

Respecto al objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio: Caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019.

Se determino las características de la gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurante de la Cruz son percibidas con un porcentaje elevado ya que en el restaurante se hace uso de una buena dirección y control respecto a la gestión de calidad siendo estos dos aspectos fundamentales para un buen rendimiento del restaurante, mientras que para la atención a los clientes los términos de empatía, cortesía y capacidad de respuesta son percibidos por los clientes con un porcentaje aceptable los cuales son primordiales y hacen que los clientes se sientan satisfechos con la atención que les brindan, lo cual permite al restaurante obtener una mejor rentabilidad.

Respecto al objetivo específico 1: Describir la gestión calidad en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito de Quilmaná, Cañete, 2019.

Se describió que la gestión de calidad en el restaurante De la cruz es percibida de manera particularmente buena, ya que se brinda un servicio de excelencia, trabajan en equipo, tienen a su personal capacitado para el desempeño de sus labores y la efectividad es parte de su día a día, también se llegó a la conclusión que en el restaurante De la Cruz se esmeran por hacer bien sus procesos obtener la satisfacción de sus clientes y la fidelización de estos.

Respecto al objetivo específico 2: Describir la atención al cliente en las micro y pequeñas Empresas, sector servicio: caso restaurante pollería De la Cruz, distrito

de Quilmaná, Cañete, 2019.

Se describió la atención al cliente en el restaurante De la Cruz se encuentran de acuerdo, mencionan que los empleados muestran afecto, comprensión, la atención brindada es considerada de manera idónea por los clientes, mientras que la capacidad de respuesta indican que en el restaurante si cuentan con la cantidad idónea de empleados, sin embargo una minoría indica lo contrario, también se encuentran satisfechos con la disposición del personal y con las soluciones que dan a quejas y reclamos, sin embargo una minoría se encuentra inconformes con la disposición del personal así como con la soluciones a quejas y reclamos esto hace que los clientes del restaurante de la Cruz no se sientan totalmente conformes ni satisfechos.

Aspectos complementarios

Se recomienda organizar por grupos a los trabajadores y designar funciones para optimizar los tiempos del servicio en el restaurante, así mismo implementar un buzón de sugerencias para evitar las quejas y reclamos, y así obtener la satisfacción de los clientes.

Se recomienda al propietario del restaurante “De la cruz” realizar capacitaciones al personal, constantemente sobre la atención al cliente, esta debe de ser un interés permanente, lo que se pretende lograr es brindar un servicio adecuado, obtener la satisfacción de los clientes, brindando servicios de excelente calidad, para lograr ser uno de los mejores restaurantes en el distrito de Quilmaná.

Referencias bibliográficas

- Ackerman, S y Com,S. (2013). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3216667&query=Metodolog%25C3%25ADa%2Bde%2Bla%2Binvestigaci%25C3%25B3n>.
- Arenal, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. UF0036. Logroño:
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/122303?page=9>.
- Arias, A. (2007). *La Gestión de Calidad conceptos básicos*.
<http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf>.
- Arroyo, P. (2017). *Diseño de un modelo de Gestión de la Calidad basado en la Herramienta EFQM para mejorar la atención al cliente del restaurante Marako´s Grill S.A.C.- Chiclayo2015-2016*. Chiclayo:
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3351/1/arroyo_dpc.pdf.
- Asti, A. (2015). *Metodología de la investigación*. Sevilla:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4870170&query=Metodolog%25C3%25ADa%2Bde%2Bla%2Binvestigaci%25C3%25B3n>.
- Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Madrid:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3175055&query=Gesti%25C3%25B3n%2Bde%2Bla%2Batenci%25C3%25B3n%2Bal%2Bcliente%252C>.
- Burgos, D. (2017). *Desarrollo del sistema de Gestión de Calidad en el restaurante -Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001- 2015 y la norma técnica colombiana NTS USNA 008*. Bogotá:
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO%20FINAL.pdf?sequence=1>.
- Cadena J, Vega A, Real I y Vásquez J. (2014). *Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México*. México:
<https://www.redalyc.org/pdf/2150/215049679004.pdf>.
- Camisión C, Cruz S y González T. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. España: file:///C:/Users/Satellite/Downloads/gestion-de-la-

calidad%20(1).pdf.

Campos M. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de servicios rubro restaurantes en el distrito de sullana año 2018.*

Sullana:http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10566/ATENCION_DE_CALIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CAMPOS_CHAVEZ_ROXANA_MAGALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Espinosa (2009). *Calidad Total*. Córdoba:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3181848&query=Calidad%2Btotal.%2Bespinoza>.

Flores D. (2019). *La calidad del servicio en la atención al cliente en la Mype, rubro resturante, Caso: "Plaza Restaurant", del Distrito de San Vicente, Provincia Cañete, 2019.* Cañete:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15046/CALIDAD_FLORES_SANCHEZ_DEBORAH_CAROLINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

García M. (2011). *Gestión de la atención al cliente/consumidor (UF0036)*. Málaga:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3211429&query=gestion%2Bde%2Bcalidad%2Ben%2Batencion%2Bal%2Bcliente%2B>.

Garvín D. (1988). *Las 8 Dimensiones de la Calidad*. EE.UU.

Goicochea K. (2016). *“La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, periodo 2015.* Lima: Recuperado de:

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1083/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_GOICOCHEA_FLORES_KARINA_ROSSI.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Guerrero y Uribe (2013). *Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente: una aplicación para las grandes superficies*. Ibagué:

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5350242&query=calidad%2Bcuatrecasas%2B2011>.

- Harnache E. y Serrano H. (2014). *Desarrollo de un modelo de gestión de servicio al cliente para el restaurante Dali Food Fusión, Bucaramanga*. Bucaramanga: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2014/152101.pdf>.
- Hernández R, Fernández C y Baptista P. (2013). *Metodología de la Investigación*. México: https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Methodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf.
- Hernandez, Luna, Cipriano, Paredes, y Ventura. (2014). *Proceso administrativo*. https://issuu.com/libro.equipo8/docs/libro_proceso_administrativo_c6bb780358c116?fbclid=IwAR1BxFy0qVd769TkDuDGwtmzqOaeiN52FuC5ejr67SXYxx7D2LpZLnZWuU0.
- Huachara L. (2019). *Calidad de servicio en el restaurante Johnny Rockets en Megaplaza – Lima, 2019*. Lima: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27134/Huachara_ML.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Inei. (2019). *Evolución mensual del subsector restaurantes:2018-2019*.Lima: Recuperado de https://proyectos.inei.gob.pe/emcrs/Pag_Resultados2009.asp?varcuadro=1b
- Inei. (s.f.). *Proyecto de la Ley de la pequeña empresa y micro empresa*. Lima: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0504/Libro.pdf.
- Lopez D. (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: <file:///C:/Users/User/Desktop/TALLER/ANTECEDENTES%20TALLER/LOPEZ.pdf>.
- Mateos D. (2012). *Atención básica al cliente*. Málaga: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=321515&query=atencion%2Bbasica%2Bal%2Bcliente>.
- Mendoza F. (2015). *El servicio al cliente en los restaurantes ubicados en la cabecera municipal de Jutiapa*. Jutiapa: <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Mendoza-Fatima.pdf>.
- Morales C. (2016). *Gestión de calidad del servicio al cliente en restaurantes de Hoteles e 4 y 5 estrellas, Provincia de Trujillo*. Trujillo:

- <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10089/Morales%20Garc%20c3%ada%20Cynthia%20Estefany.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Pelayo C. (2009). *Las principales teorías administrativas y sus principales enfoques*. Córdoba:<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3183365&query=teorias%2Bde%2Bla%2Badministracion>.
- Pérez V. (2007). *Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio*. Madrid: Ideas Propias.
- Pola M. (1988). *Gestión de la calidad*. Marcombo: ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=3181318>.
- Quispe A. (2019). *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes economicos, caso restaurante Eclipse, Distrito de Querobamba, Provincia de Sucre, Region, Ayacucho, 2019*. Ayacucho:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14005/001119227.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Ramírez C. (2009). *Fundamentos de administración (3a. ed.)*. Bogotá:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3193356&query=chiavenato%2Badministracion>.
- Ros L. (2016). *El restaurante y la calidad de su gestión. Excelencias Gourmet*.
- Salomón M. (2018). *Cuatro empresas que destacan por innovar en su servicio al cliente. Gestión*.
- Sánchez A. (2011). *Servicio y atención al cliente en restaurante*. Málaga:
https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3211590&query=Servicios%2Bespeciales%2Ben%2Brestauraci%25C3%25B3n%2B%2528MF1054_2%2529%253A%2Bservicios%2Bde%2Brestaurante.
- Sandoval (2018). *El sistema de Gestión de Calidad y la Atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro, 2015*. Lima:
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4339/3/sandoval_cfe.pdf.
- Sernaque C. (2017). *Gestión basada en el enfoque de atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2017 y propuestas de mejora*. La esperanza:

file:///C:/Users/User/Desktop/TALLER/ANTECEDENTES%20TALLER/GESTION_CALIDAD_SERNAQUE_ALVAREZ_CHRISTIAN_PAUL.pdf.

Schmal R y Olave T. (2014). *Optimización del Proceso de Atención al Cliente en un Restaurante durante Períodos de Alta Demanda, Chile*. Scielo.

Torres Z. (2014). *Teoría general de la administración (2a. ed.)*. México, D.F.:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3227620&query=chiavenato%2Bintroduccion%2B%2Ba%2Bla%2Badministracion>.

Uladech. (2019). *Código de Ética*. Chimbote:
<file:///C:/Users/User/Downloads/C%C3%B3digo%20de%20C3%A9tica%20para%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>.

Vaquero J. (2013). *Servicio en restaurante*. Madrid:
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/50743?page=19>.

Vargas M y Aldana de Vega L. (2011). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas (2a. ed.)* Bogotá:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3198284&query=Calidad%2By%2Bservicio%2Bcon%2Bconceptos%2By%2Bherramientas%2B2%2BEdicion>.

Vera J y Trujillo A. (2017). *Escala Mexicana de calidad en el servicio en restaurantes*. Redalyc, 43-59.

Villalba S. (2016). *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Bistro y Restaurant, y sugerencias de mejora*. Ecuador:
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%20C3%91ADO2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Zapatero A. (2012). *Información y atención al cliente-consumidor usuario (MF0241_2)*. Madrid:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4499054&query=gestion%2Bde%2Bcalidad%2Ben%2Batencion%2Bal%2Bcliente%2B>.

Anexo 1: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación denominado: Gestión de Calidad y Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, sector servicio: Caso restaurante Pollería De la Cruz, Distrito de Quilmaná, Cañete, 2019. La información que usted nos proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

(a)..... Fecha: /...../2021

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
1	2	3	4	5

A. DATOS DEL ENCUESTADO

1. ¿Cuál es la edad del encuestado?

De 22 a 35 años () De 36 a 45 años () De 46 a 55 años () De 56 a más ()

2. ¿Cuál es el sexo del encuestado?

a) Varón b) Mujer

B. GESTIÓN DE CALIDAD

3	¿Considera usted que las capacitaciones son relevantes para un buen desempeño del personal?	1	2	3	4	5
4	¿Considera usted que el personal del restaurante se encuentra capacitado para desempeñar bien sus funciones?	1	2	3	4	5
5	¿Considera usted que todos trabajan en equipo para obtener buenos resultados?	1	2	3	4	5
6	¿Siente usted que en el restaurante todos colaboran de forma activa para mantener un buen equipo de trabajo?	1	2	3	4	5
7	De acuerdo a la atención recibida por el personal, ¿Considera usted que el personal del restaurante se encuentra motivado?	1	2	3	4	5
8	¿Considera usted que en el restaurante todos ayudan a resolver problemas de manera eficaz?	1	2	3	4	5

9	¿Considera usted que la eficiencia contribuye a una mejora en el restaurante?	1	2	3	4	5
10	¿Considera usted que en el restaurante los productos y los materiales son de buena calidad?	1	2	3	4	5
11	¿Considera usted que en el restaurante se realiza un control permanente para brindar una adecuada atención?	1	2	3	4	5
12	¿En el restaurante corrigen los errores que se presentaban anteriormente?	1	2	3	4	5
C. ATENCIÓN AL CLIENTE						
13	De acuerdo a la atención recibida, ¿Considera usted que el personal demuestra la debida comprensión hacia los clientes?	1	2	3	4	5
14	¿Considera usted que el personal muestra afecto al brindarle la atención requerida?	1	2	3	4	5
15	¿Considera usted que la atención que le brindan es de su entera satisfacción?	1	2	3	4	5
16	¿Considera usted primordial la atención adecuada y oportuna?	1	2	3	4	5
17	¿Considera usted que la cordialidad es parte de la atención brindada en el restaurante?	1	2	3	4	5
18	¿Considera usted que la disponibilidad que brinda el personal es la adecuada?	1	2	3	4	5
19	¿Cree usted que el restaurante cuenta con la cantidad necesaria de personal para brindar una buena atención a los clientes?	1	2	3	4	5
20	¿Considera usted que las quejas y reclamos son atendidos oportunamente?	1	2	3	4	5
21	¿Considera usted que el personal del restaurante tiene iniciativa para solucionar posibles quejas y reclamos?	1	2	3	4	5

Quilmaná, julio del 2020

Anexo 2: Validación del instrumento

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): ESCOBEDO GÁLVEZ JOSÉ FERNANDO

1.2. Grado Académico: MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA

1.3. Profesión: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

1.4. Institución donde labora: ULADECH

1.5. Cargo que desempeña: COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN FILIAL TUMBES

1.6. Denominación del instrumento: CUESTIONARIO

1.7. Autor del instrumento: PAUCAR MARTINEZ DANIELA RUBI

1.8. Carrera: ADMINISTRACIÓN

II. VALIDACIÓN:

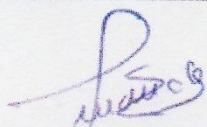
Ítems correspondientes al Instrumento Cuestionario

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la líneas o variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Línea de investigación: Gestión de calidad							
03	X		X		X		
04	X		X		X		
05	X		X		X		
06	X		X		X		
07	X		X		X		
08	X		X		X		
09	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		
Variable de investigación: Atención al cliente							
13	X		X		X		
14	X		X		X		

15	X		X		X		
16	X		X		X		
17	X		X		X		
18	X		X		X		
19	X		X		X		
20	X		X		X		
21	X		X		X		

Otras observaciones generales:

No muestra observación alguna, los indicadores contribuyen a desarrollar las dimensiones a investigar.



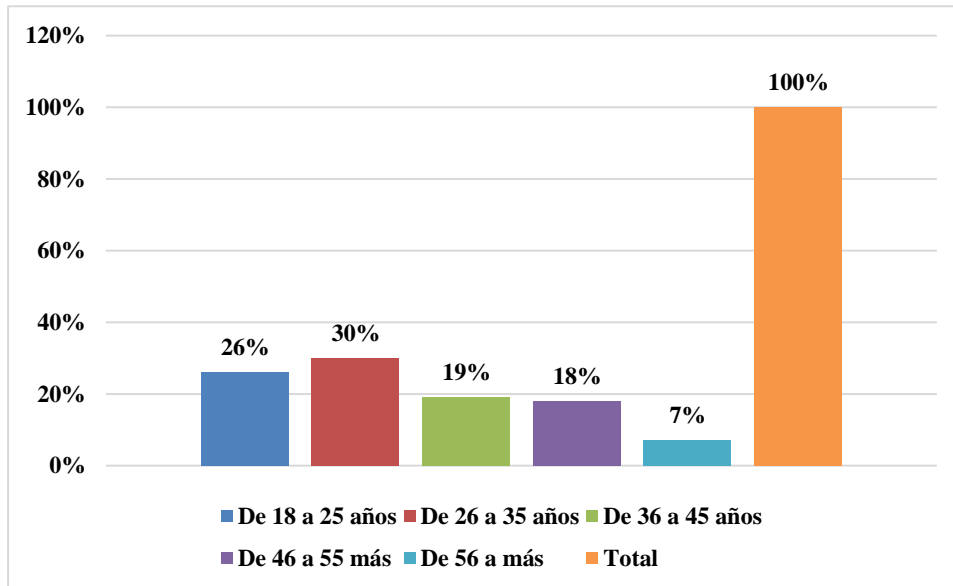
Firma
Escobedo Gálvez, José Fernando
DNI N° 44632438
CORLAD N° 09720

Nota: se adjunta:

- Matriz de operación de las variables.
- Matriz de consistencia
- Cuestionario

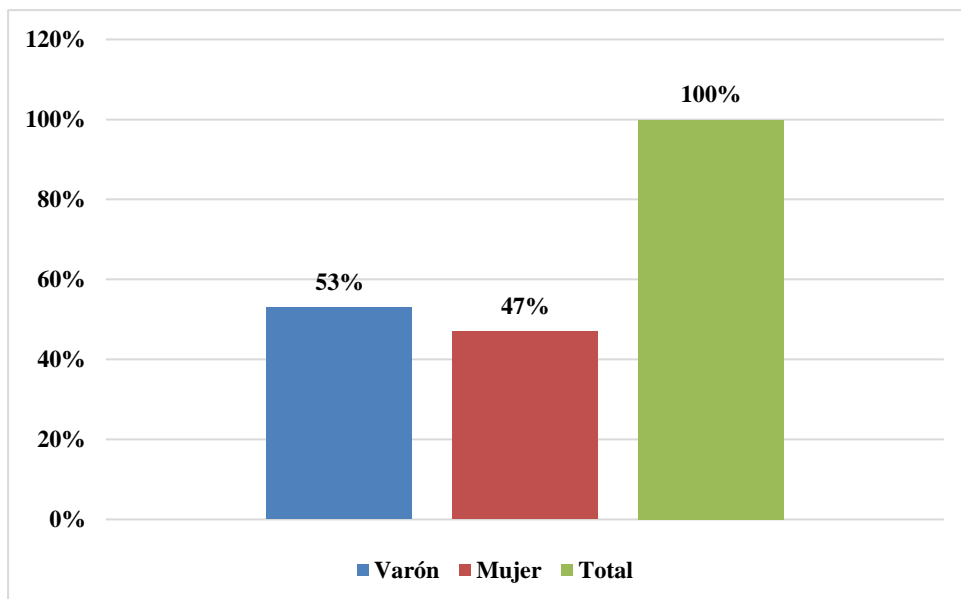
Anexo 3: Figuras

Figura 1: Edad de los encuestados



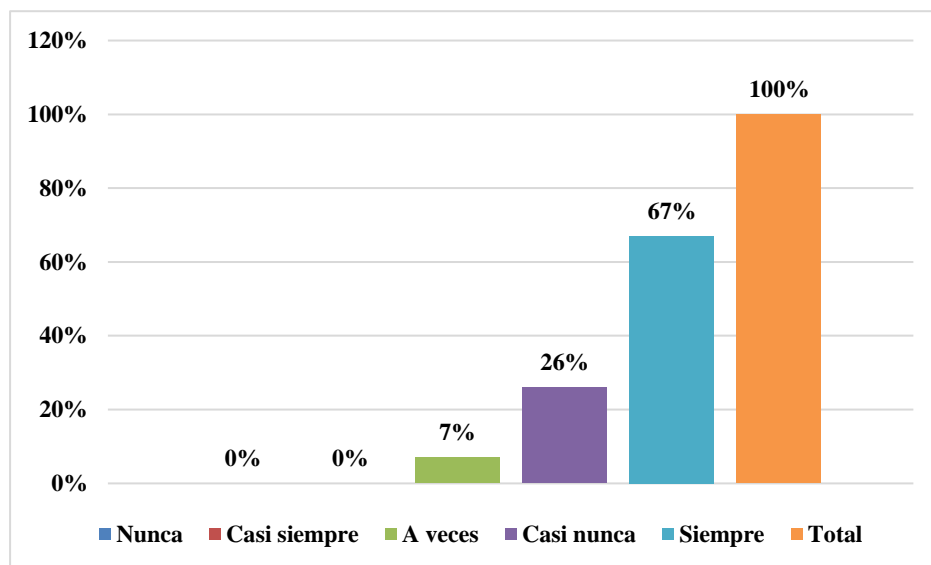
Elaboración: propia

Figura 2: Sexo de los encuestados



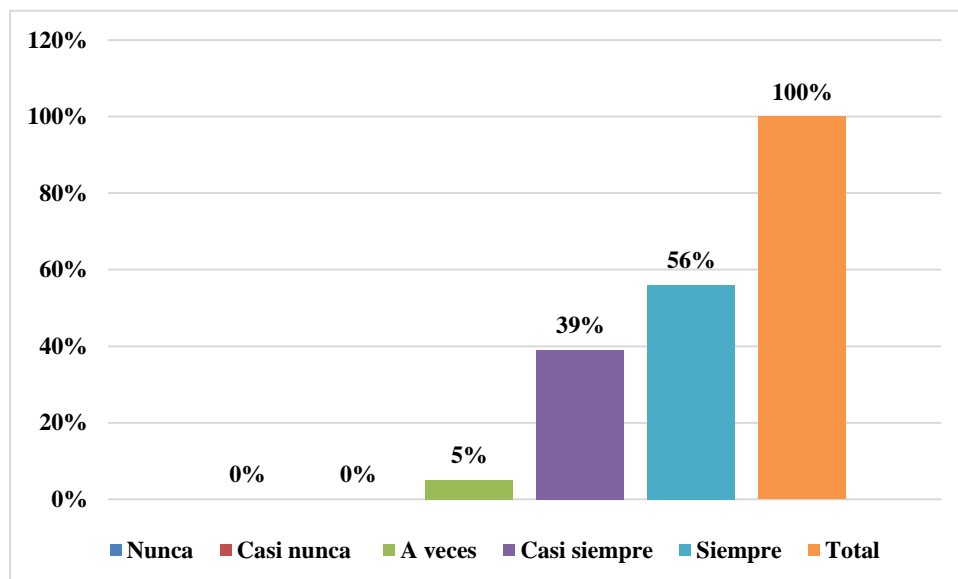
Elaboración: propia

Figura 3: Capacitaciones relevantes para un buen desempeño del personal



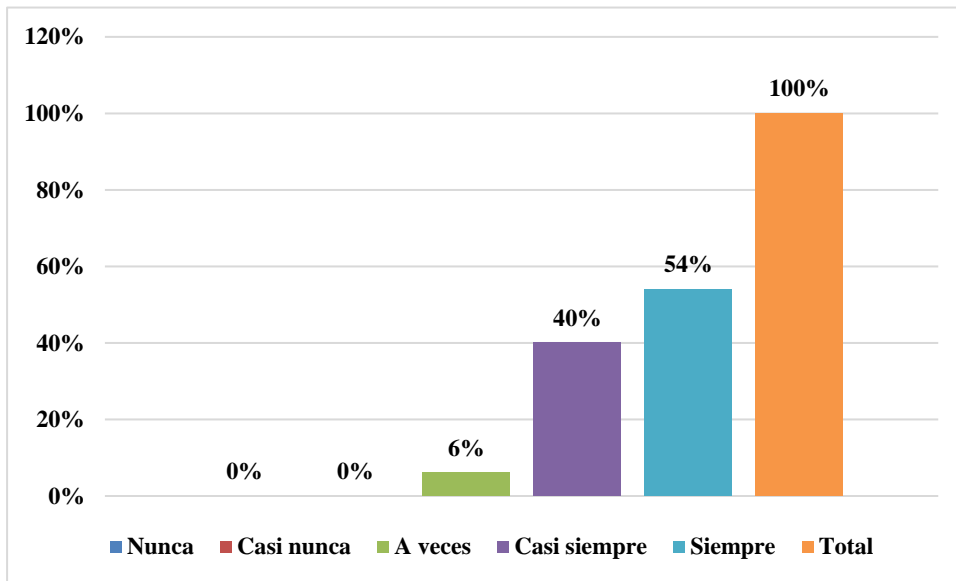
Elaboración: propia

Figura 4: Capacitado para desempeñar bien sus funciones



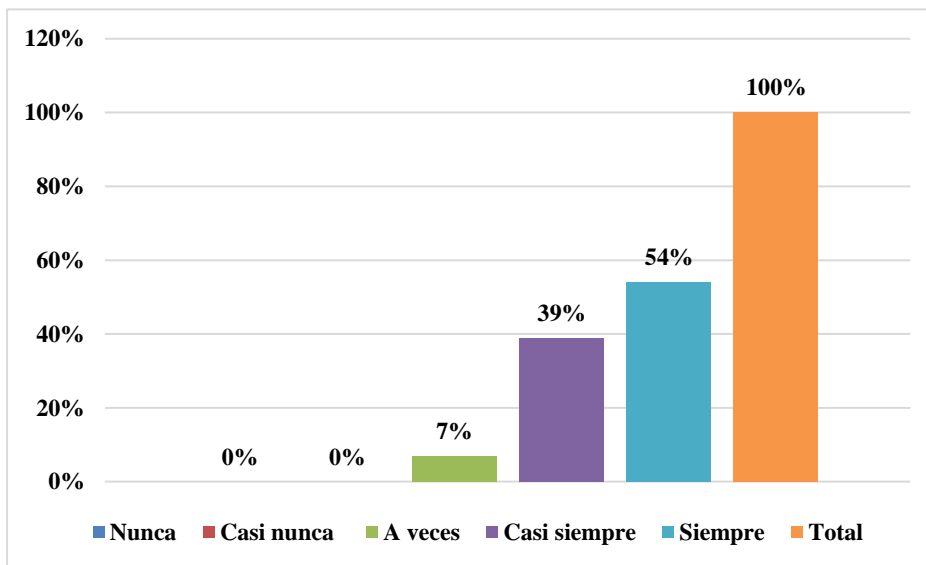
Elaboración: propia

Figura 5: Trabajo en equipo



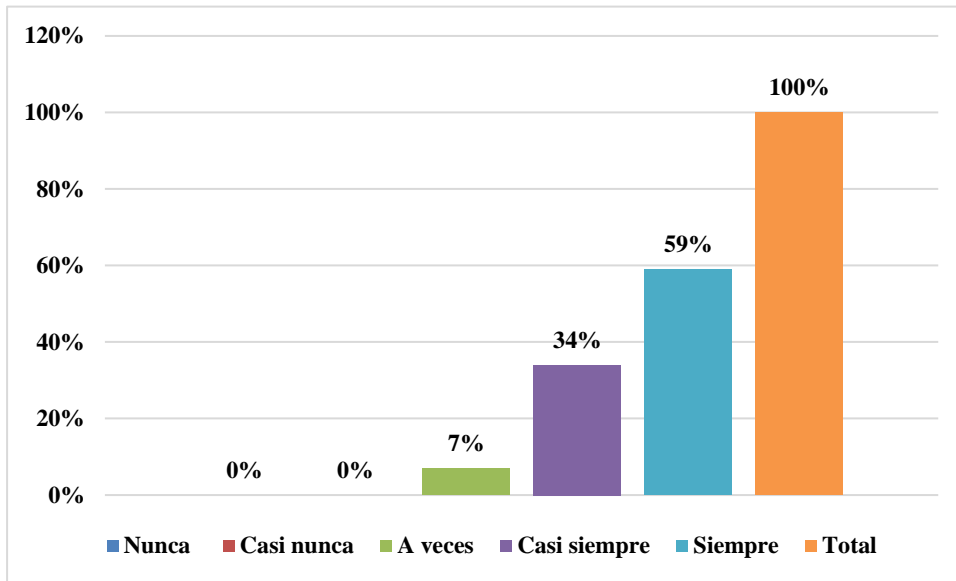
Elaboración: propia

Figura 6: Diagrama de barras que representa a colaboran de forma activa para mantener un buen equipo de trabajo



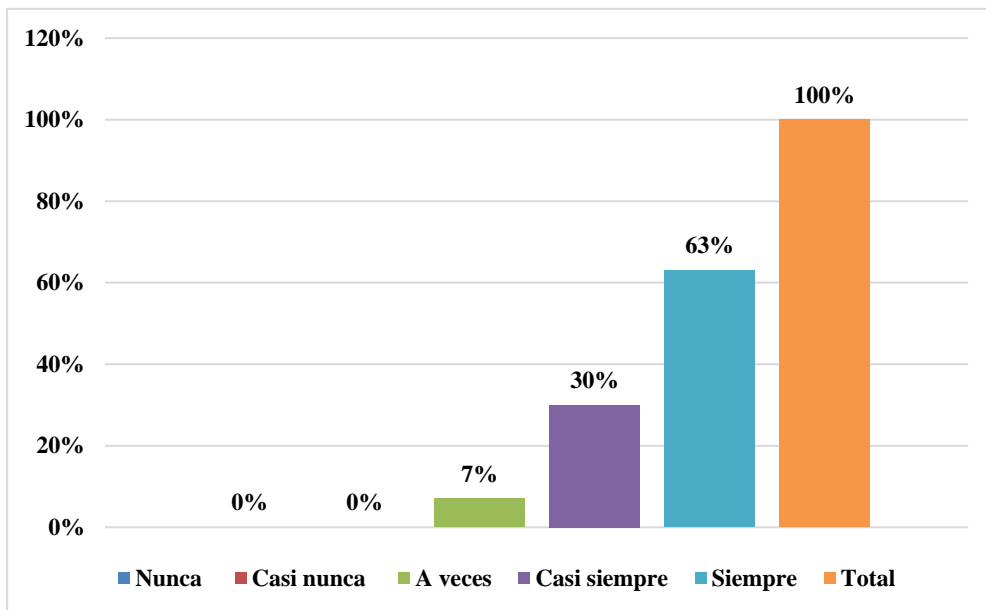
Elaboración: propia

Figura 7: Diagrama de barras que representa a personal motivado



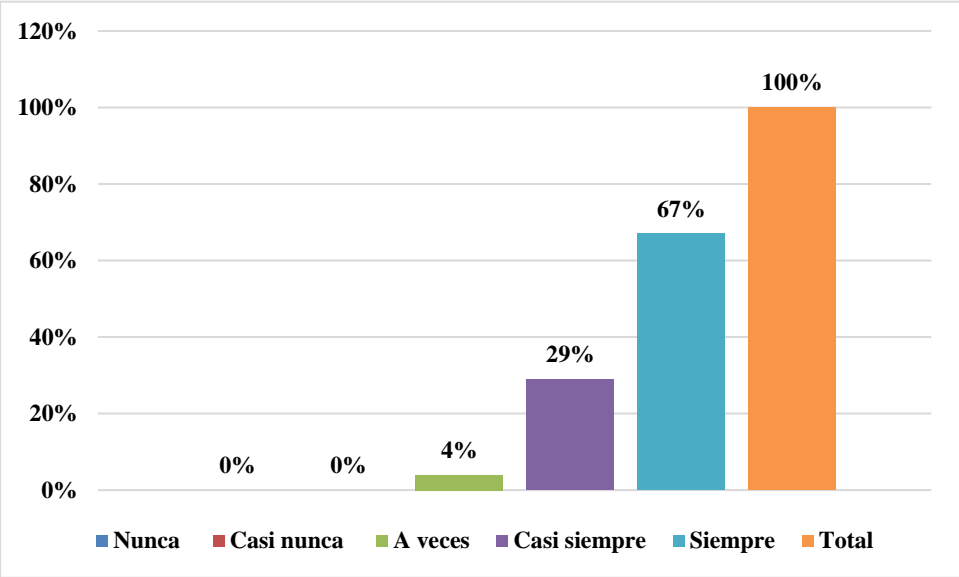
Elaboración: propia

Figura 8: Diagrama de barras que representa ayudan a resolver problemas de manera eficaz



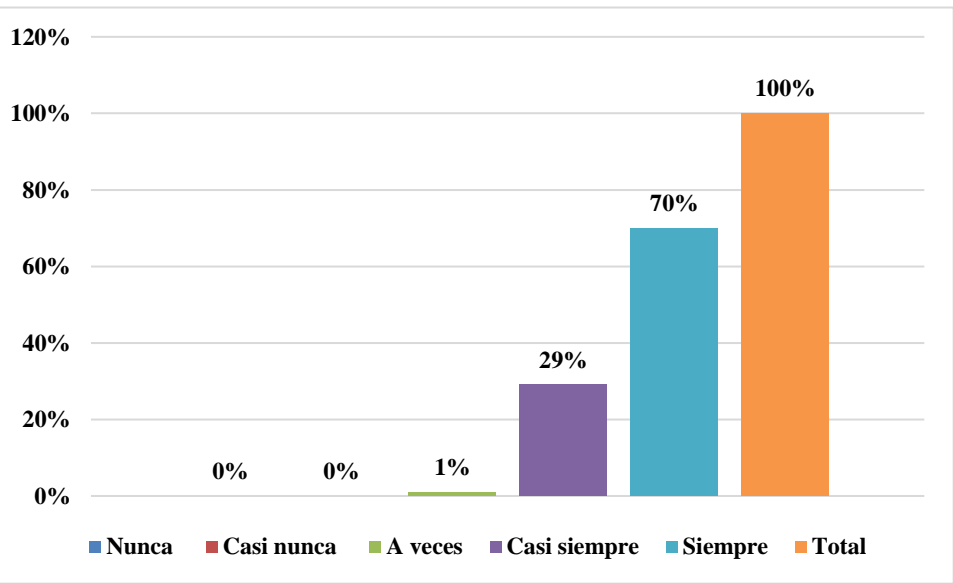
Elaboración: propia

Figura 9: Diagrama de barras que representa a eficiencia



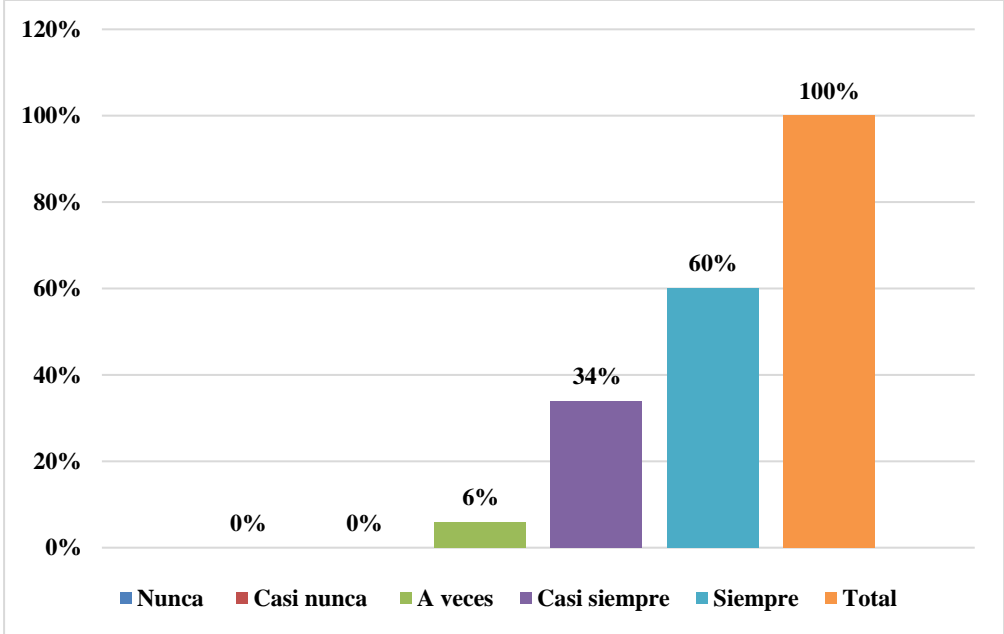
Elaboración: propia

Figura 10: Diagrama de barras que representa a productos y los materiales son de buena calidad



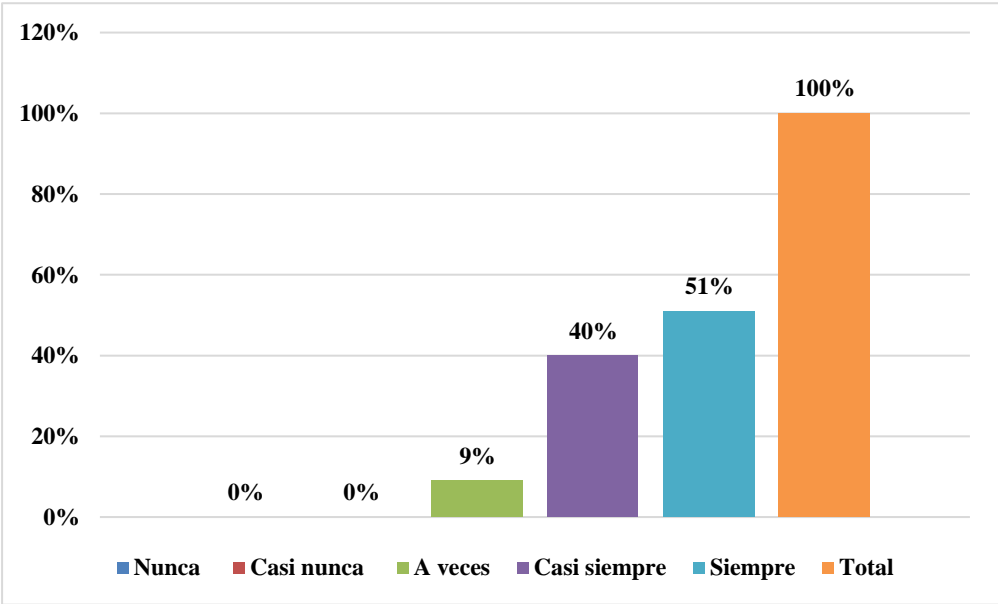
Elaboración: propia

Figura 11: Diagrama de barras que representa a control permanente para brindar una adecuada atención



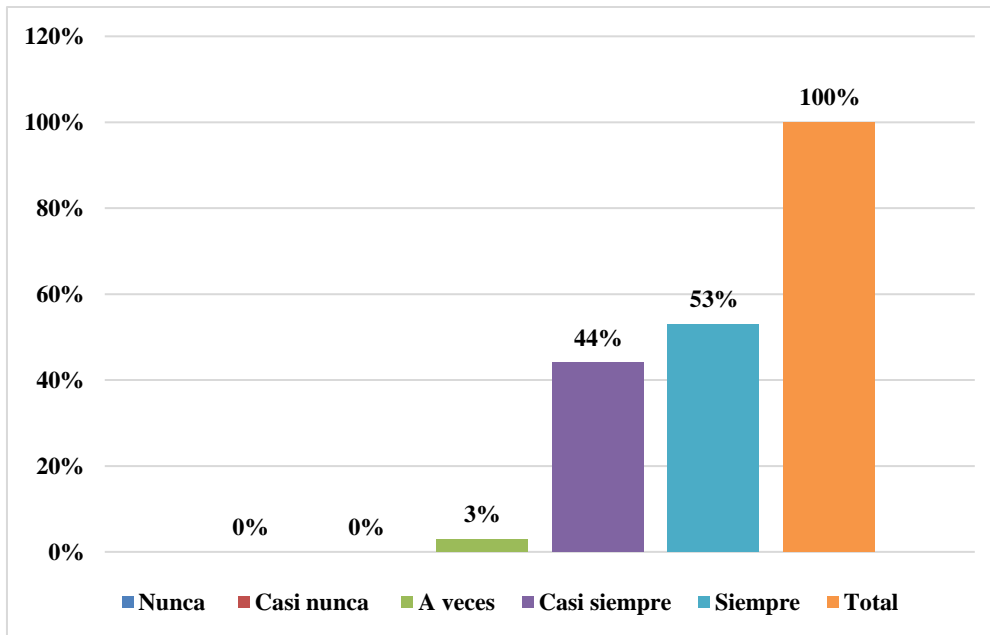
Elaboración: propia

Figura 12: Diagrama de barras que representa a corrigen los errores



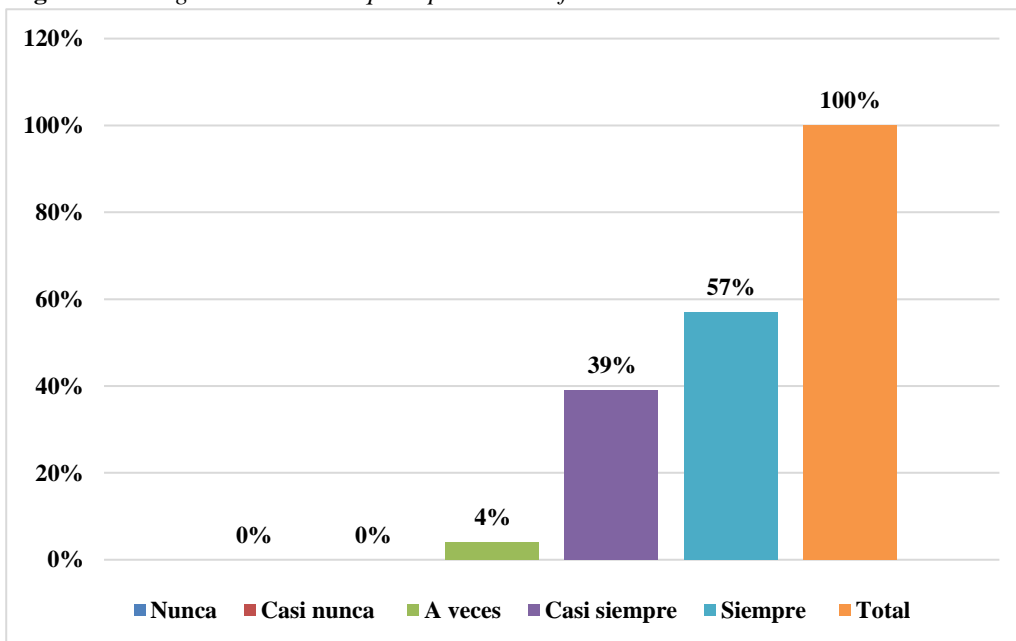
Elaboración: propia

Figura 13: *Diagrama que representa a comprensión*



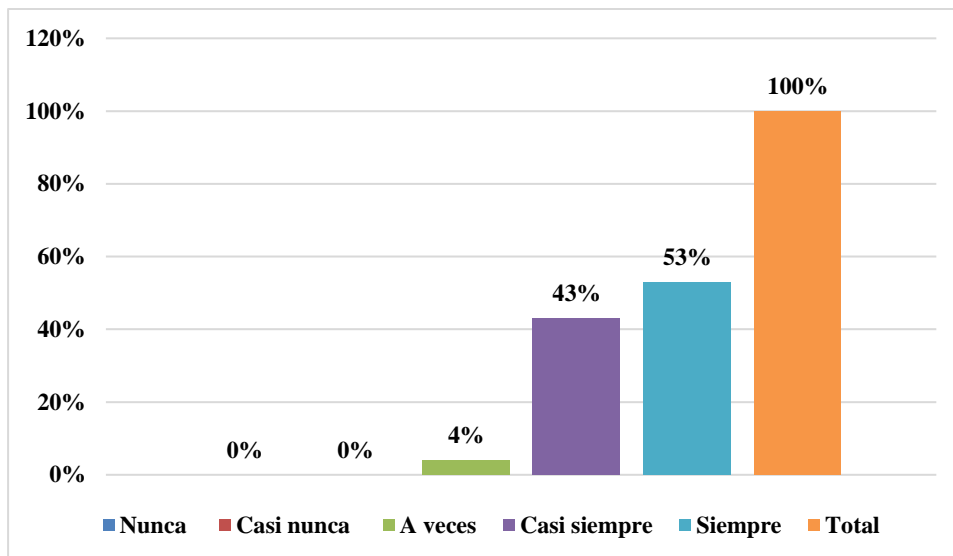
Elaboración: propia

Figura 14: *Diagrama de barras que representa a afecto al brindar atención*



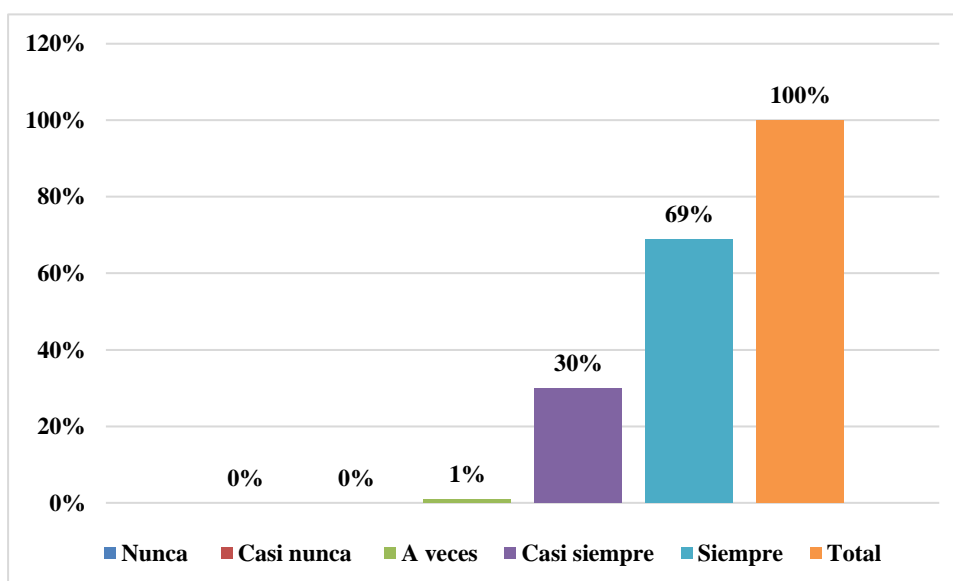
Elaboración: propia

Figura 15: Diagrama de barras que representa a satisfacción



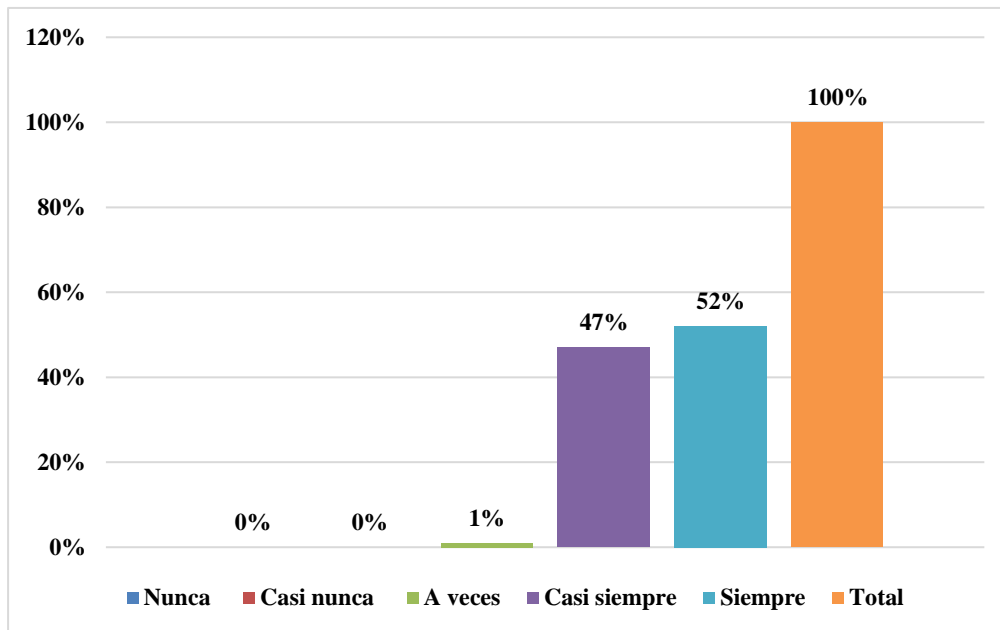
Elaboración: propia

Figura 16: Diagrama de barra que representa atención adecuada y oportuna



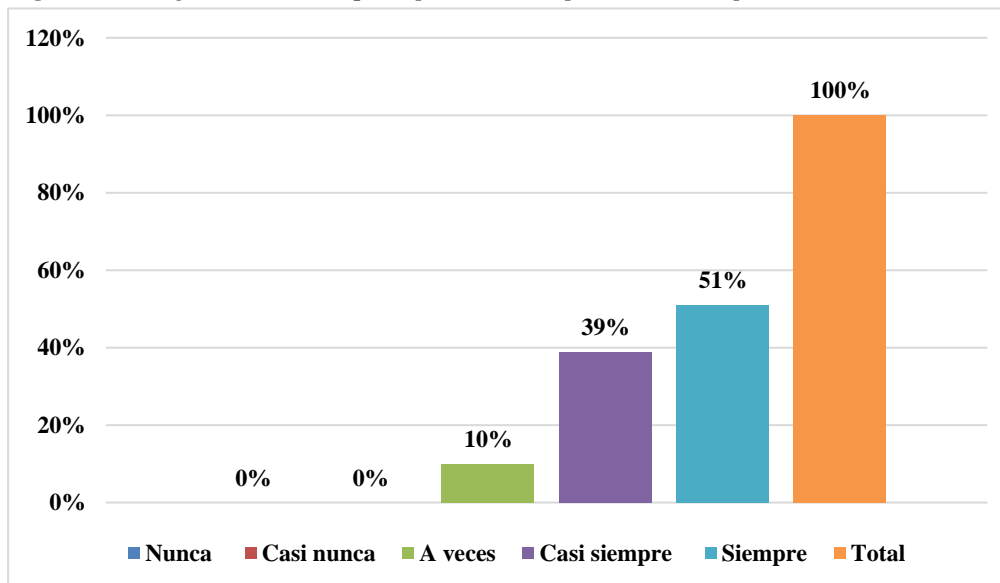
Elaboración: propia

Figura 17: Diagrama de barra representa a cordialidad



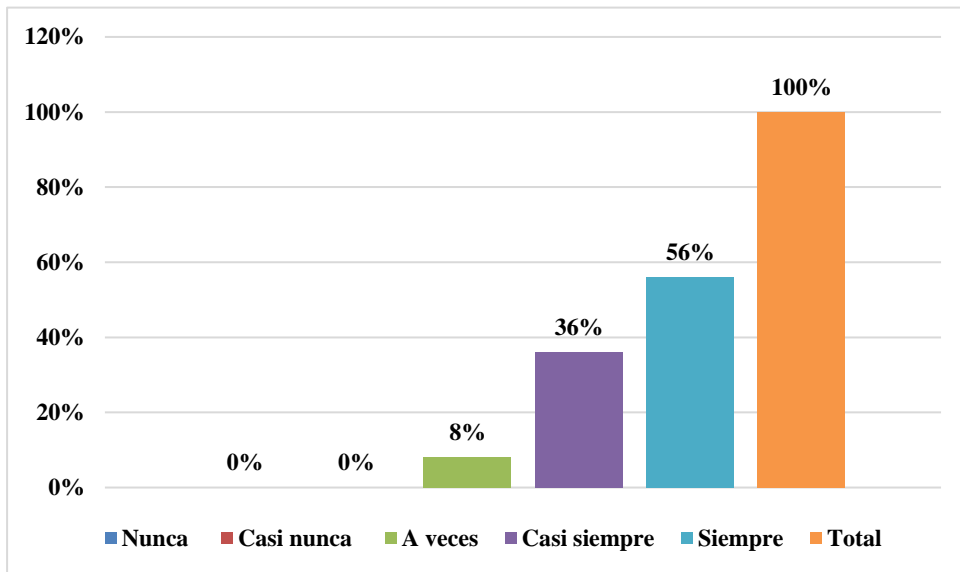
Elaboración: propia

Figura 18: Diagrama de barra que representa a disponibilidad del personal



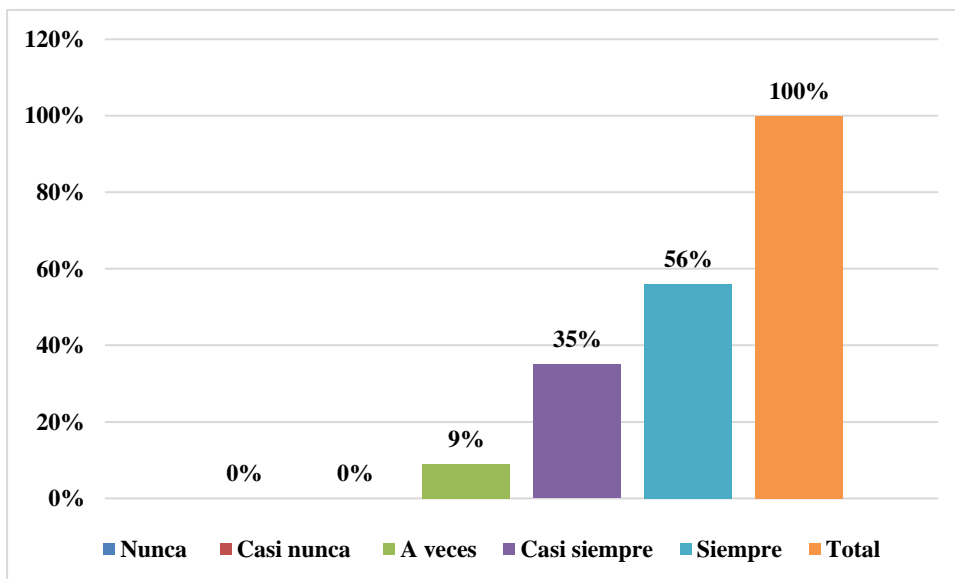
Elaboración: propia

Figura 19: Diagrama de barra que representa a número de empleados



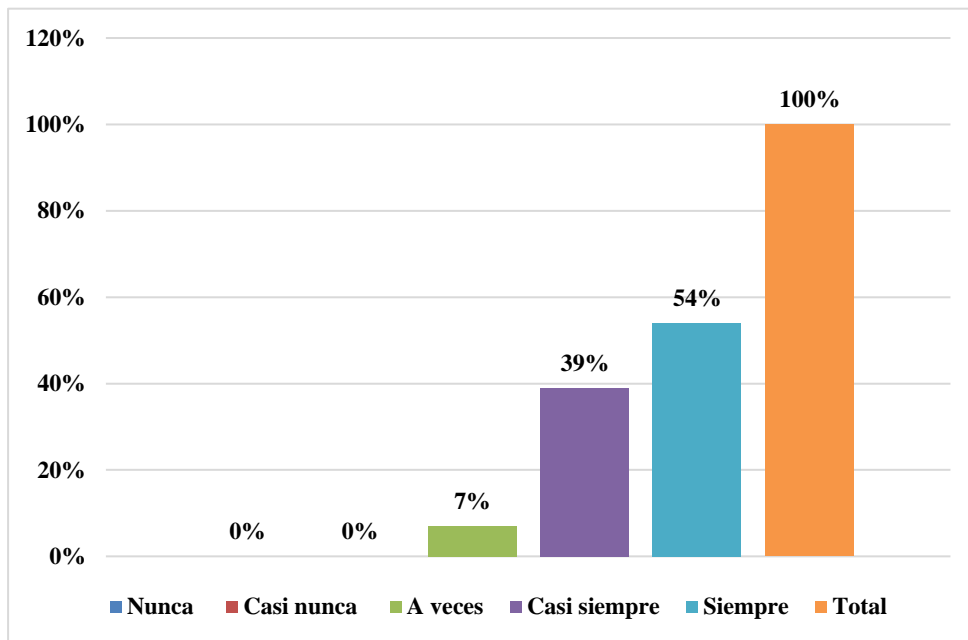
Elaboración: propia

Figura 20: Diagrama de barra que representa a quejas y reclamos



Elaboración: propia

Figura 21: Diagrama de barra que representa a solucionar quejas y reclamos



Elaboración: propia

Anexo 4: Turnitin

INFORME FINAL PAUCAR

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo