



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO RUBRO
RESTAURANTES DE LA AVENIDA BRASIL DEL
DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2022

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

IGLESIAS JARA, TALIA STEPHANIE

ORCID: 0000-0002-8748-2457

ASESOR

MAG. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Iglesias Jara, Talia Stephanie

ORCID: 0000-0002-8748-2457

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Chimbote, Perú

ASESOR

Mg. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote

Facultad de Ciencias e Ingeniería

Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mg. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Dr. Salinas Gamboa, José Germán

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mg. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 000-0003-2177-5676

Presidente

Dr. Salinas Gamboa, José German

ORCID: 000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID:0000-0003-1132-2243

Miembro

Mg. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios que me dio la vida y la salud para seguir con mis objetivos y metas, por darme la sabiduría necesaria para poder lograr lo que me propuse.

Agradezco a mi asesora Mgr. Elida Adelia Estrada Díaz por sus conocimientos, orientaciones, consejos y paciencia brindada para realizar mi investigación de tesis con éxito.

Agradezco a la universidad católica los ángeles de Chimbote por darme esa oportunidad de poder culminar con éxito mi informe de tesis.

DEDICATORIA

Dedicado a Dios por brindarme salud, confianza y fortaleza para poder terminar con éxito mi informe de tesis.

Dedicado a mi querida hijita Luziana y a mis queridos padres por ser mi motor y motivo en la vida, para seguir creciendo como persona y brindarme su comprensión, apoyo y amor.

A mis docentes por las enseñanzas, son quienes han contribuido con mi formación universitaria y poder concluir mi informe de tesis.

RESUMEN

La siguiente investigación tuvo como objetivo general: Determinar si la propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un funcionamiento óptimo de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022. La investigación fue de diseño no experimental-transversal -descriptivo- de propuesta. Para el recojo de información se utilizó una población de 08 representantes de micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario de 14 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 100% de los representantes asumen que la gestión de calidad siempre contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 100% de los representantes informan que siempre están mejorando la calidad de su platillo. El 87.50% de los representantes indican que siempre planifican sus actividades antes de llevarlas a cabo. El 87.50% de los representantes manifiesta que siempre se tiene una buena comunicación con sus colaboradores. Donde se concluye que la totalidad de los representantes afirman que la gestión de calidad siempre contribuye el rendimiento del negocio y que constantemente se encuentran mejorando la calidad del platillo para fidelizar clientes, asimismo la mayoría tiene una buena comunicación con sus colaboradores. Y que mayormente se planifica las actividades antes de llevarlas a cabo.

Palabras clave: gestión de calidad, atención al cliente, restaurante

ABSTRACT

The following research had as a general objective: To determine if the proposal to improve quality management and customer service allows an optimal functioning of micro and small companies, services sector, restaurant sector of Avenida Brasil in the District of Nuevo Chimbote, 2022. The research was of a non-experimental-transversal -descriptive- proposal design. For the collection of information, a population of 08 representatives of micro and small companies was used, to whom a questionnaire of 14 questions was applied through the survey technique. Obtaining the following results: 100% of the representatives assume that quality management always contributes to improving business performance. 100% of representatives report that they are always improving the quality of their dish. 87.50% of the representatives indicate that they always plan their activities before carrying them out. 87.50% of the representatives state that they always have good communication with their collaborators. Where it is concluded that all the representatives affirm that quality management always contributes to business performance and that they are constantly improving the quality of the dish to retain customers, likewise the majority have good communication with their collaborators. And that most of the activities are planned before carrying them out.

Keywords: quality management, customer service, restaurant

CONTENIDO

1. Título de tesis.....	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	7
III. Hipótesis.....	41
IV. Metodología	42
4.1 Diseño de la investigación	42
4.2. Población y muestra.....	33
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	43
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	47
4.5. Plan de análisis	47
4.6. Matriz de consistencia	48
4.7. Principios éticos.....	51
V. Resultados	53
5.1. Resultados	45
5.2. Análisis de resultados	75
VI. Conclusiones	81
Aspectos complementarios.....	84
Referencias bibliograficas.....	85
Anexos.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características del proceso en la gestión de calidaad de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.....	54
Tabla 2. Características de la identificación en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.....	55
Tabla 3. Características de la experiencia con los clientes en las micro y pequeñas empresas , sector servicio rubro restaurante de la Avenida Brasil de Nuevo Chimbote,2022.....	56
Tabla 4. Características de la satisfacción del servicio a los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022	57
Tabla 5. Características del control de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022.....	58
Tabla 6. Elaborar una propuesta de mejora de gestiopn de calidad y atención al cliente en las micro y peuqueñas empresas sector servicio rubro restaunates de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.....	58,60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras (anexos)

Figura 1. Como líder se debe tener en claro los objetivos empresariales.....	121
Figura 2. Conoce las técnicas modernas de gestión de calidad.....	121
Figura 3.La gestion de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. .	122
Figura 4. Cumplen con las necesidades que los clientes exigen.....	122
Figura 5. Se debe mejorar la calidad del platillo.....	123
Figura 6.Tomar decisiones adecuadas mejora la calidad del platillo.....	123
Figura 7. Tiene la capacidad de planificar actividades antes de llevarla a cabo.....	124
Figura 8. Tiene la capacidad para entrenar al personal.....	124
Figura 9. Establece buena comunicación con su empleados	125
Figura 10. Desarrolla estrategias de comunicación con sus empleados	125
Figura 11. Aplica tecnicas de atencion al cliente.....	126
Figura 12. Toma en cuenta opiniones d los colaboradores.....	126
Figura 13. Tiene confiaza al presentar su prodcuto	127
Figura 14. Buena planificacion permite objetivos	127

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y Pequeñas Empresas en Perú son un componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional, las MYPE brindan empleo a más del 80% de la población económicamente activa y aportan cerca del 40% y el 45% del Producto Bruto Interno (PBI).

Las micro y pequeñas empresas son importantes ya que siendo el mayor porcentaje de fuentes de empleo proporcionan a las familias puestos de trabajo, reducen la pobreza, incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población, son la principal fuente de desarrollo del sector privado, mejoran la distribución del ingreso, y así consigo el crecimiento económico.

En España las MYPES representan el 95% de las fueras económicas, dando trabajo al 90% de habitantes del país. El rubro de los restaurantes creció en un 2.36%. Las empresas que destacaron son las pollerías, comidas rápidas y restaurantes, teniendo variedad en sus cartas tanto comidas nacionales como internacionales, sin embargo, muchas de ellas no muestran interés por una mejora continua ni por la innovación de sus procesos de atención al cliente. (Banco central europeo, 2015).

En América latina las MYPES representan casi el 100% de la economía dando empleos a más del 70% de la población, tanto formales como informales. Sin embargo los problemas relacionados con la atención y gestión de calidad existen en grandes porcentajes, esto se debe al poco conocimiento sobre estos temas de estudio, la gran mayoría solo se centra en las ventas diarias y no en la experiencia que debe tener el cliente. (Dini y Stumpop, 2018).

Actualmente la economía en el Perú en un 92.7% es gobernada por las micro y pequeñas empresas el cual el 19% aporta al PBI, generando puestos de trabajo a 8.4 millones de peruanos, que representan el 46.8% de la población activa económicamente. Los sectores que predominan con el 14% se dedican a la producción, 32% al comercio y 50% al sector servicios, y con las exportaciones solo el 1.8%, siendo nivel Latinoamericano una de las tasas más bajas. (Ochoa, 2019).

Según lo mencionado nos indica que el sector que más apoya en la economía del país es el sector servicios, ya que la mayoría actualmente cuentan con negocios y son ellos los que más solicitan personal, a su vez facilitan el ingreso del colaborador, algunos con pocos estudios o sin experiencia laboral. Sin embargo, la importante de mantener tanto la gestión de calidad como la atención al cliente sigue siendo un punto débil y vital para todo negocio.

En Chile las pequeñas y medianas empresas, suelen ser numerosas tanto en lugar como en número de trabajadores, cuyos ingresos son altos. Sin embargo, las empresas día a día se enfrentan a diferentes dificultades ya que la competencia va creciendo con el paso del tiempo. Existen quejas sobre estos negocios, la mayoría no busca tener una estrategia en sus ventas, no suelen desarrollar procesos de los servicios que brindan, lo que trae consigo dificultades en su entorno laboral. (Peiro, 2019).

Según el autor indica que los procesos de servicios en Chile son escasos siendo el punto de quiebre en los negocios, lo que evita que la empresa prospere, por tal motivo algunos negocios han cerrado, de igual forma sucede en Perú, las empresas no ponen atención ni invierten en la experiencia del cliente al momento de la compra o servicio, lo que no genera una fidelización con el cliente, la mayoría solo vive el día a día y se conforman con las ventas diarias así sean bajas.

En Ecuador se realizaron estudios sobre la gestión de calidad y atención al cliente, donde mencionan que la gestión de calidad en la actualidad se ha convertido en un instrumento indispensable para las empresas de servicio, buscando satisfacer las demandas de las personas, a su vez tiene un rol importante en el mantenimiento de la organización. (Zavala y Vélez, 2020).

En México el 99.8% de la economía la tienen las pequeñas y grandes empresas, las cuales aportan el 42% del PIB y generan el 78% del empleo en el país. En este país el sector restaurantes está conformado por 5000,000 negocios formales y cada año van mejorando su desempeño tanto en la calidad como en la atención al cliente. Sin embargo el problema de las micro y pequeñas empresas es que no suelen tomar interés a las quejas y reclamos de los clientes, es decir que no suelen aclarar las dudas que el cliente presente. (López,2017)

Es importante darnos cuenta como en otros países las MYPES también generan la mayoría de empleos, sin embargo, también muestran dificultades en con respecto al trato hacia el consumidor, como se menciona en México suelen descuidar el proceso de los reclamos, siendo este uno de los principales para darnos cuenta de cómo funciona el negocio y en que procesos estamos fallando, no solo es importante evaluar las ganancias de la empresa si no el bienestar del cliente como del colaborador.

Por otro parte Ruiz (2017) indica que en el Perú más de 8 millones son micros y pequeñas empresas, sin embargo, más del 50% correr el riesgo de desaparecer en los primeros años de creación, uno de los errores principales que no le toman la importancia debía a la gestión de calidad ni a la atención al cliente, es por ellos que los usuarios no son fidelizados, eso se da en muchas ocasiones por la falta de estrategias.

En el distrito de Nuevo Chimbote, las micro y pequeñas empresas han ido aumentando, pero no todas han tenido éxito, ya que no usan correctamente la gestión de calidad o en algunos casos desconocen los procesos de gestión y atención al cliente, sufriendo pérdidas importantes no solo en la parte económica sino también hasta pueden llegar a cerrar su negocio, la falta de capacitación suele ser perjudicial para el crecimiento de la micro y pequeña empresa, hoy en día la atención al cliente es un factor importante para el consumidor, es por ello que la actualización constante es un punto clave.

Por lo anteriormente expresado se planteó el siguiente enunciado de investigación: ¿La propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un funcionamiento óptimo de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022?

Para dar respuesta al enunciado de investigación se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar si la propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un funcionamiento óptimo de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del distrito de nuevo Chimbote, 2022

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:
Determinar las características del proceso en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022. Reconocer las características de la identificación en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022. Identificar las

características de la experiencia con los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022. Describir las características de la satisfacción del servicio a los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022. Describir las características del control de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022. Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022.

La investigación se justificó porque permitió que los representantes de las micro y pequeñas empresas obtengan la información sobre la gestión de calidad y atención de al cliente de los negocios en el sector servicios, además se presentó una propuesta de mejora que ayudó a tener mayor conocimiento de los cambios que puede tener cada empresa, fomentando el desarrollo de las mismas. Por otro lado, sirvió para las futuras micro y pequeñas empresas, ya que podrán tener una base de cómo implementar mejoras en sus propios negocios, actualmente existen varios emprendedores para los cuales será de gran utilidad. Por último, es importante para los estudiantes ya que facilitó a nuevos proyectos de investigación sirviendo de antecedentes para nuevas investigaciones de la misma línea de estudio.

La investigación fue de diseño no experimental- transversal-descriptivo-de propuesta. Para el recojo de información se utilizó una población de ocho (08) representantes de las micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario estructurado de 14 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados:

el 100% de los representantes como líder tienen claro los objetivos empresariales. El 100% anuncian que la gestión de calidad contribuye al rendimiento del negocio. El 100% de los representantes informan que siempre están mejorando la calidad de su platillo. El 87.50% de los representantes indican que siempre planifican sus actividades antes de llevarlas a cabo. El 87.50% de los representantes manifiesta que se tiene una buena comunicación con sus colaboradores. Donde se concluye que la totalidad de los representantes afirman que la gestión de calidad siempre contribuye el rendimiento del negocio y que constantemente se encuentran mejorando la calidad del platillo para fidelizar clientes, por otro lado la mayoría tiene una buena comunicación con sus colaboradores para que puedan llevar a cabo las actividades diarias y tener una buena planificación para las futuras.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Variable 1: Gestión de la Calidad

En Ecuador Zavala y Vélez (2020) en su estudio titulado *La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios – Ecuador*. Tuvo como objetivo analizar artículos científicos sobre la gestión de calidad, su relación con el servicio al cliente y detalla los efectos positivos que pueden manifestarse en las empresas con la implementación de estas variables como factores de competitividad. La metodología empleada está sustentada en el enfoque cualitativo para realizar exploración documental-bibliográfica sobre el tema. Los resultados obtenidos expresan de forma clara y precisa como la gestión de calidad puede ser conceptualizada según la perspectiva de los autores como un proceso, un sistema, una estrategia, una necesidad, entre otros. Se concluye después de lograr la sistematización sobre el tema, que la gestión de la calidad en la actualidad se ha convertido en un instrumento indispensable para las empresas de servicio y para alcanzarla deben sortear obstáculos externos e internos para satisfacer las demandas de las personas y juega un rol preponderante en el mantenimiento de la organización en el mercado de los negocios de tal manera que se cree una filosofía de servicio que busque superar las perspectivas de los clientes.

Guevara (2020) en su estudio titulado *Principios de gestión de la calidad en empresas de servicios de mantenimiento eléctrico del sector petrolero*. Tuvo como objetivo analizar los principios de la gestión de calidad de las empresas del rubro servicios. El

estudio fue descriptivo, con diseño de campo, no experimental, transaccional. La población estuvo conformada por las empresas contratistas que prestan servicio en el área de mantenimiento eléctrico a las organizaciones privadas de operaciones petroleras. Los informantes claves fueron los gerentes de operaciones, supervisores y líderes de procesos. Se diseñó y aplicó un instrumento de recolección de datos el cual fue sometido a validez y a confiabilidad a través del método Alfa de Cronbach. Los resultados indicaron que todas las dimensiones se encuentran presentes: orientación hacia la satisfacción del cliente (4.61), liderazgo de la dirección (4.72), gestión de los recursos humanos (4.34) mejora continua (4.74), enfoque basado en hechos (4.69) y relación de la gerencia con los proveedores (4.69). Se concluye una media para la variable de estudio; otorgándole ventajas en el mercado que los orientan a ser competitivos en el mismo.

Fontalvo et al (2020) en su estudio titulado *Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia*. Tuvo como objetivo proponer un método de evaluación de la calidad del servicio por medio de Seis Sigma para una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua. La metodología utilizada fue descriptiva, a través de una revisión documental, se aplicó encuestas a los usuarios para conocer la calidad de atención. En cuanto a los resultados encontró que el desempeño de las dimensiones de calidad del servicio fue satisfactorio debido a los resultados obtenidos por todas las métricas calculadas. Los resultados demostraron que el centro de atención al usuario tuvo un desempeño excelente durante esta investigación. En conclusión, en esta investigación se aporta al sector de servicio un método de evaluación de la calidad del servicio en una empresa de servicios públicos por medio de Seis Sigma.

Variable 2: Atención al cliente

Cárdenas (2019) en su estudio titulado *Análisis de la calidad del servicio de atención al cliente en CAFÉ LÚCUMA para un plan de mejora*. Tuvo como objetivo determinar la calidad del servicio al cliente que existe en Café Lúcumá de Río centro los ceibos de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto en lo cuantitativo se calificó con puntuaciones de percepción y expectativa respecto a cada característica del servicio 201 evaluada y la obtención de la información, se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en Café Lúcumá. Como resultados, se encontró una insatisfacción con las dimensiones de respuesta inmediata y empatía y se pudo evidenciar la falta de la capacitación y evaluación de parte de la empresa al personal. Teniendo conocimiento de los principales hechos, se propone un plan de mejora basado en procesos, programa de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa obteniendo afluencia de clientes.

Ochoa (2018) en su tesis titulada, *Métodos para contribuir a la mejora continua del proceso logístico de atención al cliente. Caso empresarial de Yanbal Sede Medellín*. Tuvo como objetivo generar una propuesta de mejora que permita a la empresa implementar métodos de atención al cliente eficaces, estandarización del servicio y dar respuesta en los menores tiempos posibles. Su enfoque fue mixto cualitativo y cuantitativo, para recolectar los datos se utilizó como técnica la encuesta. Como resultados se identificó que existían falencias alrededor del proceso de las respuestas de estos, se propuso un modelo logístico de atención al cliente que se encarga de la administración del proceso de solución y creación de valor y así mejorar la eficiencia organizacional.

Vega (2019) en su estudio titulado *Análisis y propuesta de mejoramiento en el proceso de atención al cliente, Caso Enquality*. Tuvo como objetivo analizar la situación actual de la satisfacción al cliente, la metodología se utilizó el método analítico e inductivo, como técnica de recolección de datos, se utilizó la observación, la entrevista y la encuesta. La muestra estuvo conformada por 49 estudiantes, a quienes se les aplicó una encuesta utilizando la escala de Likert del 1 al 5; en segundo lugar, se analizó a la competencia mediante la aplicación de entrevistas dirigidas a sus ex colaboradores, quienes proporcionaron información valiosa y se aplicó la herramienta de la casa de la calidad (QFD) y el control de los procesos. Como resultados en satisfacción al cliente se obtuvo un incremento de 4,54 a 4,71 sobre 5,00 puntos; en cuanto a los tiempos utilizados por los asesores de ventas se estableció un promedio de 5 minutos en las llamadas telefónicas y de 12 minutos para las visitas en la oficina, encontrándose dentro de los límites señalados por la compañía. Además, se ha disminuido el número de deserciones de 10 a 7 estudiantes y se ha logrado incrementar del 8,25% al 9,70% de utilidad neta, lo que ha motivado a los asesores de venta a cumplir eficazmente sus funciones y comprometerse con los objetivos de la organización.

Antecedentes Nacionales

Variable 1: Gestión de Calidad

Hurtado (2019) en su tesis titulada *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las mypes del sector servicio-rubro restaurantes del óvalo de Santa Anita, distrito de Santa Anita, Lima 2018*. Tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de las MYPE del sector servicios-rubro restaurantes del óvalo de Santa Anita, distrito de Santa Anita. En cuanto al tipo de investigación, esta ha sido descriptivo y diseño no experimental, cuantitativo. La

población y muestra de este estudio estuvo constituida por 15 restaurantes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 41 preguntas haciendo uso de la técnica de la encuesta, Según los resultados, se tiene que el 60% tienen entre 6 a 10 años de funcionamiento en el mercado. 60% tienen entre 4 a 6 trabajadores y el 100% de las empresas están formalizadas. Respecto a las características de la gestión de calidad: La totalidad de las Mypes percibe que la gestión de calidad en sus restaurantes es de nivel bajo. 66.7% percibe que el nivel de la dimensión tangible es bajo, 100% percibe que el nivel de la dimensión fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía es bajo. 93.3% percibe que el nivel de la dimensión seguridad es bajo. Sobre los beneficios de la gestión de calidad: 66.70% de las Mypes perciben que obtendrán beneficios de la aplicación de los principios de gestión de calidad en sus empresas. Por lo que se concluye que el nivel de gestión de calidad en las Mypes de este estudio es bajo y los beneficios que obtienen de la aplicación de los principios de gestión de calidad son altos.

Vargas (2021) en su tesis titulada *Gestión de calidad y Atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida criolla del distrito Florencia de Mora, Trujillo, 2019*. Tuvo como objetivo determinar las características de la Gestión de calidad y la atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Restaurantes. El diseño de la investigación fue No experimental – transversal – descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 17 micro y pequeñas empresas. Se utilizó el cuestionario el cual consta de 22 preguntas. Como resultados el 88% conoce sobre gestión de calidad. El 65% utiliza la Atención al Cliente como técnica moderna en gestión de calidad. El 100% de los encuestados dan a conocer que la gestión de calidad contribuye para

mejorar el rendimiento del negocio. El 71% de los empresarios conocen el término sobre atención al cliente. De todo lo expuesto anteriormente podemos concluir que la mayoría de las Mypes aplican gestión de calidad en atención al cliente, dado a que contribuye para mejorar el rendimiento del negocio.

Huancas (2022) en su estudio titulado *Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro servicios, Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021*. Tuvo como objetivo determinar si la mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento de las micro y pequeñas empresas. La investigación fue de diseño no experimental-Transversal-descriptivo-de propuesta. Las unidades económicas en estudio fueron 6 ferreterías; conformado por una muestra de 18 trabajadores y 384 clientes. Se aplicó un cuestionario de 9 preguntas para los trabajadores y otro de 12 preguntas para los clientes, en cuanto a los resultados el 44,44% de los trabajadores encuestados indicaron que casi nunca la empresa tiene definido el nivel jerárquico de autoridad. El 38,89% los colaboradores indican que a veces se realizan auditorias para conocer la rentabilidad de la empresa. El 34,90% de los clientes encuestados opinan que a veces los trabajadores muestran cortesía y amabilidad al momento de atender. El 36,20% de los clientes expresan que a veces los colaboradores se preocupan por brindar un servicio rápido. El 29,69% de los clientes encuestados manifestaron que a veces de realizan publicaciones en redes sociales. En conclusión, las microempresas casi nunca tienen establecido el nivel jerárquico de autoridad, a veces realizan publicaciones en las redes sociales debido a que los dueños no tiene experiencia en el manejo de ellas.

Antecedentes Nacionales

Variable 2: Atención al cliente

Braul (2022) en su estudio titulado *Propuesta de mejora de atención al cliente para una gestión de calidad en la micro y pequeña empresa rubro servicios de transporte Los Amigos del Volante S.A.C en la provincia de Huarmey, año 2021*. Tuvo como objetivo Determinar las principales características de Atención al Cliente para una gestión de calidad en la micro y pequeña empresa rubro transporte Los Amigos del Volante S.A.C. La investigación que se utilizó fue aplicada cuantitativa, de nivel descriptivo, el diseño de investigación fue no experimental – transversal. Además, se tuvo una población de 15 socios de la Micro y pequeña empresa con una muestra dirigida de 10 socios a quienes se aplicó un cuestionario de 18 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. Como resultados el 80% no tuvo conocimiento sobre atención al cliente, el 40% no considera que la atención al cliente ayuda a alcanzar los objetivos para la Mype, y el 90% no conoce las técnicas que debe implementar la empresa, el 80% cree que la gestión de calidad no es un factor importante para la atención al cliente. Se concluye que la mayoría de los representantes tienen desconocimiento sobre atención al cliente y gestión de calidad y tampoco tienen objetivos definidos para el futuro de la empresa.

Arenas (2021) en su estudio titulado *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las Mypes del sector servicio, rubro transporte interprovincial del distrito de Amarilis-Huánuco, 2020*. Tuvo como objetivo determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental-

transversal. La población fue de 10 Mypes, la muestra es no probabilístico, como técnica se utilizó la encuesta, instrumento fue el cuestionario, conformado por 22 preguntas. En cuanto a los resultados el 60% conocen la gestión de calidad, el 65% indica que existe poca iniciativa en los colaboradores para su implementación, el 90% miden el rendimiento del personal a través de la observación, el 80% conocen el termino atención al cliente, el 50% aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, el 90% maneja la comunicación como herramienta para un servicio de calidad, el 50% brindan un servicio de calidad con atención personalizada, el 80% brindan una buena atención a sus clientes, el 60% mejora la atención al cliente con amabilidad. Como conclusión la mayoría de Mypes están empleando gestión de calidad, priorizan el buen trato a través de la amabilidad y como herramienta la comunicación, a través de la observación miden el rendimiento de personal, el cual tiene poca iniciativa, existe contribución.

Ayaypoma (2022) en su estudio titulado *Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles: caso hotel "Las Flores"-San Vicente, Cañete, 2020*. Tuvo como objetivo determinar la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas. La metodología fue de diseño transversal-no experimental descriptivo, la población estuvo conformada por la Mype hotel "Las Flores", la muestra 150 clientes, la técnica la encuesta, el instrumento el cuestionario de 20 preguntas. Como resultados: En atención al cliente, la dimensión de capacidad de respuesta, se obtuvo que el 100% de huéspedes afirmaron estar de acuerdo con el servicio en el tiempo determinado, ya que se atiende con rapidez y eficacia; en la empatía, se obtuvo que el 100% de huéspedes indicó estar totalmente de acuerdo con la atención recibida con respeto y

amabilidad durante su estadía en el hotel. Respecto a gestión de calidad: dimensión de elementos tangibles se obtuvo 100% de clientes está de acuerdo con los equipos de apariencia moderna en las habitaciones del hotel. Como conclusión el hotel las Flores cubre las necesidades de sus clientes, mediante la comunicación, empatía, amabilidad y tienen el personal adecuado quienes muestran gran interés al momento de atender las inquietudes de sus huéspedes; sin embargo, se logró encontrar que la atención al cliente tiene cierta deficiencia en cuanto a la dimensión de seguridad.

Antecedentes regionales

Variable 1: Gestión de calidad

Abarca (2020) en su investigación titulada *Gestión de la calidad en la capacitación en el modelo de cubicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro transportes de carga por carretera Huaraz*, tuvo objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación en el modelo de cubicación. La investigación tiene un diseño no experimental - transversal, de tipo cuantitativo y de nivel descriptivo; con una población conformada por 63 representantes del sector transporte por carretera, evaluada por medio de un cuestionario con 24 preguntas estructuradas, demostrando que el 29,9% de los directivos tiene entre 34 y 37 años, el 61,2% es del género masculino, el 34,3% tiene grado de instrucción superior no universitario, y cuentan con 4 a 5 trabajadores por cada empresa. En cuanto a la capacitación, el 50,7% realiza análisis de su organización, el 38,8% no elabora técnicas de cubicación, el 31,3% cuenta con programas; respecto a la gestión de calidad, el 35,8% no planifica las estrategias y el 49,3% identifica el proceso de las actividades de la empresa. Por lo tanto, se concluye

que la gestión de calidad es deficiente, debido a que no aplican de acuerdo al proceso PHVA y no realizan capacitación en modelo de cubicación de mercaderías.

Valdez (2019) en su investigación titulada *Plan estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector producción, rubro elaboración de derivados lácteos, distrito de Chiquián, 2019*, tuvo por objetivo determinar las características del plan estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector producción, rubro elaboración de derivados lácteos, distrito de Chiquián, 2019. El diseño de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo, con un enfoque cuantitativo, la técnica utilizada fue encuesta y el instrumento de medición fue el cuestionario estructurado, se tuvo una muestra poblacional de 4 Mypes a quienes se aplicó un cuestionario de 18 preguntas, del cual se obtuvo los siguientes resultados. Que el 75.00% de los representantes tienen entre 31-51 años de edad, el 75.00% son de género masculino, el 50.00% tiene un grado de instrucción superior no universitario, el 75.00% son dueños de la empresa, el 50.00% tienen de permanencia de la empresa en el rubro 7 años a más, el 75.00% las personas que trabajan en la empresa son no familiares, el 50.00% señala que siempre el plan estratégico es un factor relevante para una buen gestión de calidad, el 50.00% manifiestan que utilizan el plan estratégico para descubrir los mejor de su empresa, el 75.00% desean lograr que su empresa sea reconocida en el mercado. En conclusión, la mitad de los representantes consideran siempre que el plan estratégico es un factor relevante para una gestión de calidad, la mayoría de los representantes opinaron que por iniciativa propia implementaron las gestiones de calidad por encontrar dificultades de la persona.

Rodríguez (2019) en su investigación titulada *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura - rubro fabricación de prendas de vestir del distrito de Huaraz*, tuvo por objetivo general, describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura - rubro fabricación de prendas de vestir del distrito de Huaraz, 2015. La presente investigación se justifica que al describir las características de la gestión de calidad enfocado en el ciclo PHVA nos permitirá obtener información necesaria para mejorar en la gestión de calidad. La metodología utilizada para la investigación es de tipo cuantitativo y nivel descriptivo, el diseño de la investigación es no experimental y transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento. Siendo su propósito describir la variable en estudio. Para el recojo de la información se identificó una población de 12 establecimientos denominado fabricación de prendas de vestir, determinando un total de 12 gerentes, donde se aplicó una encuesta de 22 preguntas cerradas, de los cuales se obtuvo los siguientes resultados: El 50,00% de los gerentes encuestados afirman que casi siempre realizan un diagnóstico de la situación por la que atraviesa su empresa, el 33,33% de los gerentes encuestados manifiestan que casi siempre documentan los procesos realizados en su empresa, el 66,67% de los encuestados manifiestan que casi siempre verifican el cumplimiento de plan de actividades al término de un periodo establecido, el 41,67% de los encuestados manifiestan que casi siempre documentan las conclusiones de las actividades realizadas y el 33,33% de los encuestados manifiestan que casi siempre toman acciones correctivas frente a alguna falencia en el desarrollo de las actividades dentro de la organización. Finalmente se concluye que, en el rubro fabricaciones de prendas de vestir del distrito de Huaraz, se percibe deficiencias en el desarrollo de la gestión

de calidad, debido a que no hay un interés por parte de los gerentes por mejorar e implementar plan de mejora para la solución del problema dentro de la organización.

Antecedentes regionales

Variable2: Atención al cliente

Ramírez (2019) en su estudio titulado *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019*. Tuvo como objetivo determinar las principales características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes. El diseño de investigación fue no experimental-transversal-descriptivo, la población estuvo conformada por 18 representantes de las Micro y pequeñas empresas, con una muestra igual a 10 representantes del sector servicios rubro restaurantes, la técnica utilizada fue encuesta y el instrumento fue el cuestionario. En cuanto a los resultados el 60.00% de los representantes tenían de 31-51 años de edad, el 70.00% de los representantes tenía como objetivo generar ganancias, así mismo otro 30.00% utilizó equipos modernos. En conclusión, solamente la minoría de la población presentantes equipos e inmuebles modernos en sus restaurantes, mientras la mayoría afirmaron que los servicios que ofrecen son fiables.

Romero (2021) en su trabajo titulado *Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro elaboración de productos de panadería (Cafetería) del distrito de Huaraz, 2019*, tuvo como objetivo general describir los factores relevantes de la atención al cliente en la mejora de la gestión de calidad en las Mypes de cafeterías de

Huaraz; a través de la metodología de diseño no experimental-transversal-descriptivo, con una población y muestra censal de 53 gerentes, mediante la técnica de la encuesta y como instrumento al cuestionario; así se obtuvo que el 69.81% poseen edades entre 31 a 50 años, el 50.94% son del género femenino, el 56.60% tienen estudios no universitarios, el 50.94% tienen una permanencia entre 4 a 6 años, el 50.94% planifican, el 62.26% no verifican, el 50.94% brindan una atención regular, el 62.26% no realizaron estudios sobre los gustos de los clientes, el 52.83% transmiten sólo a veces un trato amable y cortés, el 58.49 no es eficiente cuando da solución a los reclamos. Concluyendo en que la mayor parte de los representantes son mujeres adultas con estudios no universitarios, cuyas empresas poseen una permanencia de 4 a 6 años, además planifican, pero no realizan las verificaciones de las acciones, asimismo brindan una atención regular, dado que desconocen las preferencias de los clientes, igualmente otorgan un trato irregular y la solución de los reclamos es ineficaz.

Rosas (2019) en su trabajo titulado *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019*, tuvo como objetivo determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, descriptivo. Para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 33 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados. El 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 60.61% son mujeres, el 42.42% cuentan con

un grado de instrucción secundaria, el 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia, el 51.52% cuentan de 3 a 5 trabajadores. El 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, el 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. En conclusión, la mayoría de los representantes desconoce la gestión de calidad en la atención al cliente, sin embargo, reconocen que contribuye al rendimiento de sus negocios.

Antecedentes locales

Variable 1: Gestión de Calidad

Quintero (2020) en su estudio titulado *Gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro telecomunicaciones en el distrito de Chimbote, en el año 2017*. Tuvo como objetivo determinar las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del Liderazgo y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal,

haciendo uso de la técnica de la encuesta, se aplicó un cuestionario de 21 preguntas a una población muestral de nueve 9 representantes. En cuanto a los resultados el 55.55% de las micro y pequeñas empresas tiene de 0 a 3 años en el rubro; respecto a la gestión de calidad. El 55.55% de los representantes conoce que es gestión de calidad. El 100% de los representantes indica que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio; respecto al Liderazgo. El 55.55% de los representantes desconoce el significado exacto del concepto de liderazgo. Se concluye que las MyPEs son relativamente nuevas, dirigidas por emprendedores jóvenes que desconocen el significado exacto del concepto de liderazgo.

Aponte (2021) en su estudio *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*. Tuvo como objetivo determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, del sector servicio. La investigación fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo, la población y muestra estuvo conformada por 22 micro y pequeñas empresas del sector servicio y del rubro pollerías. La técnica e instrumento utilizado fue la encuesta y cuestionario. En cuanto a los resultados el 90.91 % desconoce sobre las técnicas y métodos modernas de gestión de calidad. Además, mencionaron el 95.45 % que por escasa iniciativa ponen en práctica la gestión de calidad. Así mismo, un 100 % aseguran que la gestión de calidad contribuye mejora y contribuye los beneficios de la organización. Por otro lado, el 100% de los representantes sostuvieron que comprenden el término sobre atención al cliente. El 100 % menciona que la atención al cliente es importante para que el cliente regrese. Finalmente, se concluye que la totalidad de los

representantes de las micro y pequeñas empresas menciona que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, y conocen el término atención al cliente, conocen poco los métodos y técnicas modernas de gestión de calidad. La mayoría relativa reconoce que en la atención que brindan a sus clientes ponen en práctica la gestión de calidad.

Yzaguirre (2019) en su investigación titulada *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. Tuvo como objetivo determinar las principales características de la Gestión de Calidad en la Atención al Cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote. La metodología fue No experimental-transversal-descriptivo, con una muestra de 12 Mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas. Como resultados se obtuvo que el 75% de los representantes tienen de 31 a 50 años, El 75% son de género masculino, El 58.33% tiene una instrucción superior universitario, El 66.67% son dueños, El 66.67% tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo, El 50% tiene 4 a 6 años en el rubro, El 75% tienen de 1 a 5 trabajadores, El 75% tiene como objetivo generar rentabilidad, El 58.33% conoce la gestión de calidad y la técnica atención al cliente, El 66.67% indica que la gestión de calidad ayuda alcanzar sus objetivos, El 91.67% aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda. Concluyendo que su objetivo es generar ingresos, por ello aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda, por último, conocen el término gestión de calidad y la técnica atención al cliente.

Antecedentes Locales

Variable2: Atención al cliente

Alejandro (2021) en su estudio titulado *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, 2019*. Tuvo como objetivo determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, se desarrolló bajo un diseño no experimental, transversal y descriptivo, en una población de 14 restaurantes, escogiéndose el 100% como muestra, a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas, Según los resultados el 85.71% considera la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa, el 100% conoce la atención al cliente como técnica de la gestión de calidad, el 64.29% conoce la observación como técnica para medir el rendimiento, el 57.14% conoce el término de atención al cliente, 100% creen que la atención al cliente es fundamental para que regresen al establecimiento, el 57.15% tienen como principal factor de calidad la atención personalizada y el 50% obtuvo fidelización de clientes brindando una buena atención. Como conclusión la mayoría de los representantes consideran que es relevante el factor del cliente en la gestión de calidad, tienen como principal factor de calidad la atención personalizada y han logrado la fidelización de sus clientes.

Cribillero (2022) en su estudio titulado *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. Tuvo como objetivo determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite

una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Veterinarias, del distrito de Nuevo Chimbote. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 23 preguntas. Según los resultados, el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 y 50 años, el 80% cuentan con educación universitaria, el 70% son dueños, el 100% de las micro y pequeña empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancia, el 80% de los representantes conoce el término atención al cliente, el 60% presenta dificultades para la implementación de la gestión de calidad debido a la poca iniciativa, el 70% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, el 80% considera que con una buena atención se logra fidelización de clientes. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas dicen conocer sobre atención al cliente, también tienen dificultades para implementar la gestión de calidad, lo que ocasionaría que los clientes no se sientan satisfechos con la atención brindada, teniendo como resultado perdido para el negocio.

Vásquez (2022) en su estudio titulado *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019*. Tuvo como objetivo determinar si la mejora de atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito. La investigación fue de diseño no experimental-transversal- descriptivo-de propuesta, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 11 micro y pequeñas empresas,

utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 23 preguntas. En cuanto a los resultados, el 45.45% de los representantes tienen de 31 a 50 años de edad, el 54.55% de los encuestados tienen grado superior no universitario, el 63.64% de los representantes tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, el 81.82% de los representantes aplican el benchmarking como técnica moderna, el 81.82% de los representantes sí conocen el término atención al cliente, el 72.73% brindan una atención regular y 81.82% de los representantes consideran que la atención al cliente es fundamental para que los clientes regresen. La investigación concluye que la mayoría de los representantes son de edad adulta, que tienen grado superior no universitaria, por lo que tienen poco conocimiento del término gestión de calidad, la mayoría de los representantes conocen el benchmarking como técnica moderna, sí conocen el término atención al cliente, pero brindan una atención regular, sin embargo, piensan que una buena atención al cliente es fundamental para que estos regresen.

2.2 Bases Teóricas de la investigación

Variable 1: Gestión de Calidad

Según Riquelme (2017) la gestión de calidad también es llamada sistema de gestión de calidad, se define como el agrupamiento de conductas enfocadas a normativas de una organización, empresa o entidad y que son estrictamente necesarias para establecer un servicio adecuado o producto de la empresa, pues van a satisfacer requerimientos enfocados a una mejora constante de la calidad y la satisfacción de sus consumidores.

Para Jáuregui (2017) esta variable no solo enfoca la calidad de su producto o servicio, el procedimiento que posee para aumentar u observar el grado de satisfacción de sus

clientes, si no que se convierte también en un sistema para gestionar la calidad, utilizando como una herramienta que permitirá a cualquier organización, la planificación, ejecución y el control absoluto de los procesos y actividades necesarias para el desarrollo de la misión, cumpliendo estándares altos de calidad que serán medidos a través de la satisfacción de los usuarios.

La gestión de calidad no es sólo el conjunto de brindar un buen producto y servicio para la satisfacción de los clientes, llevándolo a cabo gracias al desempeño de una buena ejecución y procesos dentro de la organización si no también se caracteriza y se toma en cuenta por el cambio acelerado, la globalización de los mercados, los recursos limitados y pariciones de nuevos conocimientos como un recurso principal, pues se juega la reputación de la organización y tiene un gran impacto sobre ésta.

Importancia de la gestión de calidad

Según Jáuregui (2017), la gestión de calidad cumple un papel importante en la empresa pues es quien permite a la entidad brindar a sus clientes un producto con calidades acordes a la necesidad del usuario, cumpliendo exigencias que requiera con mínimos márgenes de errores.

Dentro de su importancia también se encuentra para el desarrollo y crecimiento de las organizaciones pues existirá un reconocimiento mayor al ser ubicadas como empresas certificadas, lo que sería fundamental para cualquier entidad contad con este reconocimiento.

Otros autores indican que la calidad en la gestión ayuda a reducir errores e improvisaciones en los procesos, siendo así mucho más rápido el servicio, tarea o producto que pueda expandir, también indicando condiciones óptimas en donde el

cliente se encuentre satisfecho y decidido, esta decisión es también importante pues brindará mecanismos y nuevos procesos en donde el beneficiado no sea solo el cliente si no la entidad. (Chamorro, 2016)

Dentro de la importancia de la gestión de calidad es encontrar a esta como una estrategia que ayude a posicionar mejor a la empresa frente a los clientes, pues al contar con un estándar de calidad establecido, esta producirá una sensación de beneficio en los clientes; es así que se puede observar que las organizaciones que mejoran sus ingresos económicos son las que mejor posición se ubican con respecto a la calidad de servicio que brindan, es decir a mayor calidad, mayor ingreso económico y satisfacción del cliente.

Principios de Gestión de calidad

Se enfocan en 8 principios básicos que toda empresa debe poseer si desea implementar una buena gestión de calidad.

Enfoque al cliente: Este enfoque o estructuración depende básicamente de los consumidores, es por eso que la empresa debe de tener el conocimiento de las necesidades del cliente para cumplir con las expectativas planteadas.

Liderazgo: Para un mayor cumplimiento de objetivos, se hará necesario que los integrantes puedan relacionarse de manera coherente, con el mayor respeto y dinámica posible para que el ideal de la empresa, así como la misión y objetivos puedan lograrse sin problema alguno.

Compromiso del personal: Como objetivo, se buscará que los colaboradores puedan identificarse con la empresa pues estos son la parte más importante, la esencia de la

organización y es necesario que sus conocimientos y habilidades puedan darse en beneficio de la entidad.

Visión del proceso: Los resultados que la empresa espera se lograrán cuando todos los integrantes tengan la misma visión e involucramiento con la organización, desde hacer labores y actividades hasta manejar procesos delicados.

Visión de sistema a gestión: Todos los integrantes deben de entender que el proceso de calidad de gestión es paso a paso, pues de esa manera se lograrán los procesos y objetivos establecidos, también se observará y pondrá a prueba la efectividad de eficacia del sistema con respecto a la empresa.

Mejora continua: La mejora de una organización debe ser un acto constante y demostrado pues será y cumplirá en beneficio de la empresa.

Enfoque basado en hechos para una buena gestión de decisiones: Todas las decisiones de la empresa se apoyan, pues se desea generar un ambiente positivo, sin embargo, se seleccionará solo las decisiones positivas, que se basen en razón, criterio de datos o estadística que ayuden a una mejora constante.

Conexión ambivalente con proveedores: esta habilidad será importante dentro de la empresa, pues ayudará a que la organización y comunicación sea eficaz, se sabe que el proveedor es la persona que va a encargarse de ayudar a conseguir materias primas a la empresa para una mayor satisfacción al cliente, es así que se convierte en una integrante más de la empresa.

Dimensión 1: Proceso

Según Blanco (2017), indica que son el camino que se va a seguir, indicando las diferentes obligaciones de cada uno de los trabajadores, todo esto sirve para iniciar la labor que permitirá, cumplir con las metas y objetivos. Los procesos son indispensables dentro de las empresas, si no se encuentra bien definido la empresa caería.

Dentro de una micro y pequeña empresa existen diferentes obligaciones que cada trabajador está destinado a cumplir para que se llegue a un objetivo, anteriormente se planifica un cronograma de actividades cada uno con un proceso determinado que si los colaboradores cumplen satisfactoriamente se llegará a culminar con éxito.

Por otro lado, Herrera (2016), el proceso adecuado dará los resultados que se esperan dentro de la empresa, esto se logra con los recursos y actividades correctas.

Dimensión 2: Identificación

Para Escudero (2015), la identificación se basa en la captación de las debilidades de la empresa, así como en la implementación de la mejora para su desarrollo, si no se logra tener mapeado los incidentes y los logros será difícil, el crecimiento tanto económico como de la marca.

Para que los representantes de una micro y pequeña empresa sepa en que camino se encuentra y hacia donde quiere llegar es importante conocer las debilidades de ésta, se puede plantear la idea de una análisis FODA e iniciar con la captación de éstas dificultades y a la vez sus fortalezas y logros, conociendo bien a la mype crecerá económicamente y se dará solución a todas las dificultades.

Variable 2: Atención al cliente

Según Serna (2006), menciona que son las estrategias que una compañía crea para poder satisfacer las necesidades de sus clientes, y así resaltar entre la competencia, siendo indispensable para el crecimiento económico de la empresa y de sus colaboradores.

Arenas (2018), nos indica que la atención al cliente es uno de los factores relevantes en la rentabilidad de la empresa, así como en su posicionamiento, centrándose directamente en cuan satisfechos están los consumidores y sobre todo en que su experiencia sea agradable y genere una buena interacción con la marca.

Dentro de la investigación realizada encontramos que la mayoría de los representantes afirmaron que interactúan con los clientes ya que ésta relación da inicio a una conexión directa generando una experiencia agradable y así abriendo la posibilidad que regresen al establecimiento y recomendar a otros.

Porporatto (2015), menciona que es el servicio ofrecido por una organización con el fin de tener un acercamiento directo con el cliente y sobre todo anticiparse a satisfacer sus necesidades, a su vez sirve para generar una fidelidad con el negocio.

Efectivamente, una buena atención hace la diferencia entre otros establecimientos, el tiempo en que el cliente se encuentra dentro del negocio se siente con la tranquilidad y satisfacción que le están brindando un buen servicio en conjunto.

Características de la Atención al cliente

Serna (2006). Menciona que las características comunes son:

- Intangible, no puede ser vista por los sentidos.
- Perecedero, se consume de manera inmediata.
- Continuo, quien lo produce a su vez es el que brinda el servicio
- Integral, todos los miembros de la empresa pertenecen a ella.
- Oferta del servicio, cumplir con lo que se promete.

Beneficios de la atención al cliente

Altuzarra (2015), menciona que las características se deben estudiar de forma precisa y detallada, estas son:

- **Un cliente satisfecho, es menos sensible a la competencia que otro que no lo este**, es decir si fidelizamos su visita a nuestro negocio, no tendrá interés en conocer otros u ofertas nuevas que aparezcan en el mercado.
- **Un cliente satisfecho habla bien de la empresa en la que compra ya que le genera confianza**, esto genera un beneficio grande ya que de indirecta da publicidad a la empresa y de forma gratuita y sobre todo es una fuente confiable más que un cartel publicitario.
- **Un cliente satisfecho es rentable cuando se fideliza con la compra**, podemos decir que un cliente el fiel cuando la mayoría de veces al año hace la compra de un producto de la misma marca, ahí es cuando empieza a generar rentabilidad.

- **Un cliente satisfecho asegura un buen futuro para la empresa,** no existe forma de saber la duración de un negocio, pero si los niveles de compra son altas, el negocio podrá ir creciendo con el paso de los años.

Tener a los clientes satisfechos es una gran ventaja respecto a la competencia, ya que el cliente es el principal motor para que funcione el negocio, para llegar a la satisfacción se debe tener en cuenta que hay actividades planificadas atrás con todos los trabajadores y mucha inversión tanto en tiempo y económicamente.

Estrategias de Atención al cliente

Tarodo (2015), plantea diferentes estrategias que las organizaciones deben seguir.

- **Capacitar al personal:** Esto permitirá mejorar las habilidades y conocimientos que el personal posee, así como las actitudes frente a la empresa, de esta forma los colaboradores tendrán nuevas estrategias para llegar al cliente.
- **Efectuar evaluaciones:** Evaluar eventualmente el desempeño de los colaboradores de esta forma se podrán reforzar los puntos de quiebre en el trabajo.
- **Realizar comprador incognito:** Esta estrategia se usa para evaluar directamente al colaborador, medir la satisfacción del cliente y encontrar de manera más eficaz los errores comunes en el proceso de venta.
- **Servicio a domicilio:** Los clientes hoy en día buscan la facilidad para conseguir un producto es por eso que todos los negocios deben ofrecer esta variedad de entrega, así fidelizaran a muchos sectores de la población, teniendo como resultados más cliente satisfechos.

- **Generar curiosidad:** Esto tienen que ver con el tema de la publicidad y el marketing, generar expectativa en el cliente al momento de hacer la compra, así como un adecuado objeto visual para lanzar al mercado nuevos productos o nuevas combinaciones en caso sea comida, de esta forma se interactúa más con el público gracias a las consultas online o por teléfono sobre el servicio publicitado.
- **Vender más en menos tiempo:** esto se debe priorizar, para no generar excesivo en los negocios, ya que depende mucho del tiempo de venta para poder ingresar al mercado otros productos, si hay una demora en el proceso de venta, la producción puede tener un atraso importante, generando grandes pérdidas económicas que pueden poner en riesgo los puestos de trabajo.

Importancia de la atención al cliente

Según Tarodo (2015), menciona que poco a poco este factor se ha ido fortaleciendo tomando más posición en los negocios, esto se da de acuerdo a como vaya aumentando la competencia, ya que esto genera que el cliente tenga más opciones de consumo, es ahí donde tenemos que perfeccionar y satisfacer las necesidades de los clientes.

La atención al cliente juega un papel muy importante dentro de las empresas no solo está en juego la venta si no también la imagen que proyecta el negocio, por eso un cliente insatisfecho representan pérdidas para la empresa, y sobre todo una mala imagen de forma directa, por ellos la importancia de buscar satisfacer a los clientes en la necesidad que estos tengan. (Carrasco, 2010)

La atención al cliente juega un papel importante igual como el platillo que se sirve, depende a ello la empresa vende la imagen que desea proyectar, hoy en día la competencia es mas fuerte por ende se tiene que seguir perfeccionando diariamente.

Tipos de atención al cliente

Tarodo (2015), indica que la forma de atender a los clientes dependerá de las estrategias que cada empresa utilice para satisfacer la necesidad del cliente. Existen diferentes formas:

- a) Atención preferencial: El usuario puede utilizar el servicio sin hacer cola o esperar turno, debido a que su atención se dirige a personas que no puedan esperar como los demás, esto se regula según la ley.
- b) Atención telefónica: en este caso existe un protocolo de atención ya que se busca que el cliente se sienta cómodo, como si fuera una atención presencial, lo importante aquí es la información que se pregunta y a la que se recibe, para poder lograr lo que el cliente desea.
- c) Atención virtual: Actualmente ya se encuentran disponibles tecnologías que ayudan a una rapidez en atención, ya sea para compras, reclamos o devoluciones, esta atención es medida sa través de encuestas, calificaciones a tras de correos.
- d) Atención proactiva: Es aquella donde la empresa busca al cliente de forma directa ya sea para la compra o para un servicio post venta.

Dimensión 1: Experiencia de atención al cliente.

Según Carrasco (2019), el servicio actualmente toma fuerza en el aumento de la competencia, ya que mientras más existan diferentes lugares, la gente puede tener opciones de decidir, es por eso que se busca perfeccionar la atención que se tiene con el usuario.

Por su parte Díaz (2010) manifiesta que una buena atención al cliente incita a la fidelidad con el negocio, es por eso que se brinda antes, durante y después de la compra, es por eso que la inversión no solo debe ser al producto sino también al cliente.

Dimensión 2: Satisfacción del servicio al cliente.

Según Gonzales (2010), una de las cosas que repercuten en la satisfacción es la calidad de servicio, sin embargo, la satisfacción escapa un poco de las manos de la empresa y que esta dependerá de muchos factores personales y situacionales.

Por otro lado, Sotomayor (2013), indica que es importante dar seguimiento a la satisfacción que presenta el cliente, ya que eso nos dará indicio de las necesidades del cliente.

Para brindar un servicio al cliente de calidad es muy necesario que el personal esté capacitado, que sepan diferentes estrategias para que puedan llegar a cada uno de los comensales, sabiendo que no todos son iguales. El personal es la imagen y la primera plana de la empresa ya que es la primera persona con la que interactúa el cliente.

Dimensión 3: Control de Calidad

Para Herrera (2016), es la gestión de la calidad, siendo esta parte de la empresa que se encarga de la verificación de todos los productos, mediante diferentes inspecciones, mediante esta labor se evita la llegada de productos en mal estado o defectuosos.

Sotomayor (2013), menciona que con el paso del tiempo las producciones se volvieron más complejas, es por eso que solo la inspección ya no era factible, es por eso que surge el control de calidad, que ya es un monitoreo estadístico, que ayuda a la elección de un mejor producto.

Micro y pequeña empresa

Según la Ley 28015(2003) se toma en consideración a las micro y pequeñas empresas como una entidad económica, y que está conformado por una persona natural, teniendo como objetivo actividades económicas de extracción, comercialización, prestación de servicios entre otros; en Perú, las denominadas MYPES son una cantidad considerable, pues según datos del INEI (2019), las micro y pequeñas empresas han crecido apresuradamente convirtiéndose en un ente importante para la economía nacional.

Según datos, existen más de 15 mil empresas saneadas y perfectamente catalogadas para vender al estado peruano, sin embargo, también hay empresas que aún no se formalizan o tienen poco conocimiento como por ejemplo en gestionar la calidad, atención al cliente, costos, competitividad, marketing, entre otros, sin embargo, esto no ha sido impedimento para muchos otros puedan generar altas rentabilidades y crecimiento económico acelerado.

Características de las micro y pequeñas empresas.

Según la Ley 30056 (2013), las MYPES son categorizadas de acuerdo a su ingreso anual, ubicándose en alguna de las categorías empresariales, como son:

- a) Micro empresas; estas deben tener ventas mayores a 150 UIT como límite al año.
- b) Pequeña empresa; estas no deben de pasar de los 150 UIT a los 1700UIT como máximo al año.
- c) Mediana empresa; esta por su parte debe tener entre las 1700 UIT y un máximo de 2300 UIT anuales.

Beneficios de una MYPE

Dentro de los beneficios de las Mypes es que la puede constituir cualquier persona jurídica, es decir cualquier persona que sea natural puede asociarse y así tener un beneficios al mercado privado y compras por parte del estado, también existirá de la facilidad de participar en eventos como ferias, exposiciones locales, regionales, nacionales e internacionales, aumentando así el margen de ingreso, así mismo posee un mecanismo práctico y sencillo para exportar si así lo desean entre otros beneficios (SUNAT, 2017).

Tipo de micro y pequeñas empresas

Existen categorías en las que se clasifican las micro y pequeñas empresas, como:

Micro y pequeñas empresas (MYPES) de subsistencia; estas son unidades que no poseen competencia, y se encargan básicamente de funciones que no soliciten cambio de materiales o modificaciones.

Micro y pequeñas empresas (MYPES) de acumulación; son entidades que pueden ser competencia, producir ganancias para conservar el capital e invertir en la mejora de la empresa.

Micro y pequeñas empresas (MYPES) de emprendimiento; son entidades que realizan cambios y decisiones empresariales con el objetivo de crecer, generan también ganancias o percibir retribuciones.

2.3 Marco Conceptual

Gestión de calidad

Según Jáuregui (2017) esta variable no solo enfoca la calidad de su producto o servicio si no el procedimiento que posee para aumentar u observar el grado de satisfacción de sus clientes, si no que se convierte también en un sistema para gestionar la calidad, utilizando como una herramientas que permitirá a cualquier organización, la planificación, ejecución y el control absoluto de los procesos y actividades necesarias para el desarrollo de la misión, cumpliendo estándares altos de calidad que serán medidos a través de la satisfacción de los usuarios.

Es un conjunto de acciones que planificadas y usando un plan a base de técnicas, herramientas y estrategias se llega a anticipar errores o desviaciones para brindar y garantizar el proceso de lo que se ofrece. Mediante una buena gestión de calidad obtendremos: satisfacción del cliente, nuevos clientes, mejorar procesos, diferenciación de la competencia, reducción de costos sin afectar la calidad, cumplimiento con requisitos de la administración pública, que es beneficioso para la organización.

Atención al cliente

Arenas (2018) nos indica que la atención al cliente es uno de los factores relevantes en la rentabilidad de la empresa, así como en su posicionamiento, centrándose directamente en cuan satisfechos están los consumidores y sobre todo en que su experiencia sea agradable y genere una buena interacción con la marca.

Es un conjunto de actos indispensables que cubren las necesidades de los clientes actualmente los clientes no sólo buscan un buen producto, buscan una experiencia completa que les hagan sentir satisfechos. Llegar a un establecimiento y que logren sentir especial al comensal es una experiencia única que por ende se generará una conexión entre consumidor y empresa.

Mype

Sunat (2017) Según la ley 28071 nos menciona que la MYPE es el dispositivo de nivel económico, ya que está debidamente constituida por un individuo de forma natural o jurídica, de acuerdo a la representación de una empresa o de una gerencia institucional observada en el régimen actual, posee como propósito desenvolver las actividades de innovación, creación y comercialización de las pertenencias y de la debida atención a los servicios.

Una micro y pequeña empresa es una unidad constituida por una persona natural o jurídica, que se tiene de 1 a 10 trabajadores, que tiene como objetivo generar miles de puestos de trabajo, ganancias y sostenibilidad para el país.

Cliente

Según lo mencionado Zapatero (2016) el cliente es la persona a la cual la empresa tiene que servir y satisfacer las necesidades que este tenga, para de esta manera lograr su fidelización con el negocio.

Es la persona que ante una necesidad adquiere bienes o servicios que ofrece una empresa a cambio de una gratificación monetaria o algún tipo de intercambio, buscando su satisfacción.

Servicio

Según lo menciona el autor Martínez (2016) el servicio se centra en una vivencia integral para cliente en su relación con el negocio, los compañeros del equipo de trabajo y las diferentes unidades, de ese modo este acorde con sus necesidades, expectativas.

Servicio hace referencia a la acción de servir, que no consiste en la producción de bienes materiales, se dicen que son intangibles porque es una acto que no se puede tocar, a diferencia de los bienes y que tienen como finalidad satisfacer las necesidades de las personas.

III. HIPÓTESIS

La hipótesis tiene como objetivo tratar de probar el problema de investigación a través explicaciones tentativas, sin embargo, no a todos los estudios les corresponde plantear hipótesis. (Toscano, 2018)

En la presente investigación que se tituló *Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022* no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva- de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Se utilizó el diseño no experimental, transversal, descriptivo y de propuesta.

Fue no experimental

El diseño de investigación no experimental tiene una determinada aleatoria, grupos de comparación o manipulación de variables, porque las personas elegidas de la investigación han sido seleccionadas de manera aleatoria mediante una selección muestral (Fresno,2019)

Fue de diseño no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a las variables de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022, solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Fue transversal

El diseño que se utilizó fue no experimental- transversal descriptivo de propuesta, pues el investigador no aplicó ningún estímulo para realizar cambios las características de las variables, del mismo modo fue transversal pues se realizó la recogida de información en una sola etapa. (Torres, 2018).

Fue transversal, porque el estudio de investigación denominado: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022. Se desarrolló en un espacio y tiempo determinado con un inicio y fin.

Fue descriptivo – de propuesta

El nivel de la investigación fue descriptivo donde se analizó las características de la población que sean de interés para el estudio sin conocer si existe o no relación entre las variables (Hernández y Mendoza, 2018).

La investigación fue de nivel descriptivo porque solo se describió las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

La investigación fue de propuesta porque se realizó un plan de mejora a los resultados de la investigación denominada: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

4.2. Población y Muestra

Para López-Roldán y Fachelli (2017) La población está compuesta por un conjunto de sujetos que poseen las mismas características que se desea estudiar, la muestra es solo una parte de la población utilizada pues solo se escoge un número relativamente importante para realizar el estudio.

En esta investigación se utilizó una población de ocho (08) micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022, para ambas variables gestión de calidad y atención al cliente.

Se utilizó una muestra de ocho (08) micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022 para ambas variables gestión de calidad y atención al cliente. Por lo tanto, se utilizó una muestra censal.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS	FUENTE	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de calidad	La gestión de calidad son los procesos encargados de dirigir una empresa en lo que corresponde a calidad, esto con la finalidad de poder identificar que necesita el cliente y de eso modo satisfacer sus necesidades (Mejía, 2018).	Proceso	Son el camino que se va a seguir, indicando las diferentes obligaciones de cada uno de los trabajadores, en donde ellos tienen que cumplir con técnicas, rendimiento y liderazgo adecuado (Cortés, 2017),	Liderar	¿Cree que para liderar un negocio se tienen que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	Representante	Likert
				Técnicas	¿Usted como trabajador conoce las técnicas modernas de la Gestión de Calidad?		
				Rendimiento	¿Considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar del rendimiento del negocio?		
		Identificación	La identificación se basa en la captación de las debilidades de la empresa, así como en la implementación de la mejora para su desarrollo, y se conforma por los factores de necesidades, mejora y toma de decisiones (Escudero 2015),	Necesidades	¿Cree usted que su MYPE cumple con las necesidades que los clientes exigen y la calidad que se enfoca en sus clientes?		
				Mejora	¿Considera usted que se debe mejorar la calidad de los platillos que ofrecen?		
				Toma de decisiones	¿Considera usted que el tomar las decisiones adecuadas mejoraría la calidad del platillo?		

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS	FUENTE	ESCALA DE MEDICIÓN
Atención al cliente	El servicio al cliente es uno de los factores más importantes dentro de cualquier negocio, centrándose directamente en el cliente y en la experiencia que vive en el lugar al que ingresa, para todo esto es necesario un control adecuado de calidad para satisfacer al cliente con la entrega de los productos que este requiera. (Arenas,2018).	Experiencia de atención al cliente	Se basa en mejorar aspectos como capacidad y comunicación del trabajador para otorgarle un servicio o producto en óptimas condiciones al cliente (Carrasco 2019).	Capacidad	¿Usted tiene la capacidad de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo? ¿Usted tiene la capacidad para el entrenamiento del personal?	Representante	Likert
				Comunicación	¿Cómo líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?		
		Satisfacción del servicio al cliente	Es aplicar técnicas y una buena interacción al cliente para que la percepción de este sea elevada en cuanto al producto o servicio que requiera (Sotomayor, 2013).	Técnicas	¿Usted informa a sus trabajadores a mejorar sus actividades y técnicas? ¿Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos?		
				Interacción	¿Usted como líder tiene en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión?		
		Control de calidad	Es la gestión de la calidad que de una organización que mediante diferentes inspecciones observa la calidad del material teniendo en cuenta cada producto en base a objetivos concretos. (Herrera, 2016),	Producto	¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?		
				Obetivo	¿Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá los objetivos de las MYPES?		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para Bedoya (2020) la encuesta se caracteriza por ser una técnica que ayuda a recoger los datos que se necesitan para el estudio, a su vez los datos recogidos pueden ser procesados.

Se utilizó para el desarrollo y recojo de información del presente trabajo de investigación, la encuesta, la cual se aplicó a todos los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de nuevo Chimbote, 2022

El instrumento que se utilizó para el desarrollo del presente trabajo de investigación fue el cuestionario estructurado con 14 preguntas (anexo 5)

4.5. Plan de Análisis

Se utilizó los siguientes programas informáticos para el desarrollo de la investigación: el programa Excel para realizar las tablas y figuras estadísticas de tabulación de la información que fue obtenida en el trabajo de investigación. Se redactó en Microsoft Word, además se utilizó para el desarrollo del proyecto de investigación el PDF para la presentación final. Así mismo se usó el Power point para la presentación en diapositivas y ser utilizadas en la sustentación del trabajo de investigación. Se implementó el programa turnitin para medir porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios y a su vez se implementó el sistema Mendeley para gestión de referencias bibliográficas.

4.4. Matriz de Consistencia

TÍTULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	PLAN DE ANÁLISIS
Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil de distrito de Nuevo Chimbote	¿La propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un funcionamiento óptimo de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022?.	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar si la propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un funcionamiento óptimo de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar las características del proceso en la gestión de calidad de las micro y pequeñas</p>	<p>Variable 1: Gestión de calidad</p> <p>Variable 2: Atención al cliente</p>	<p>Diseño de investigación: El diseño de la investigación fue no experimental, transversal, descriptivo- de propuesta.</p>	<p>Población y muestra: Se utilizó una población y muestra de 08 Micro y Pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la Avenida Brasil Nuevo Chimbote, 2022.</p> <p>Se aplicaron para ambas variables de estudio por lo tanto es muestra censal.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Se utilizó cuestionario de 14 preguntas de tipo Likert.</p>	Se utilizó diferentes procesos estadísticos, así como programas para corroborar objetivos planteados (Word, Excel, PPT, Pdf, Turnitin)

		<p>empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022</p> <p>Reconocer las características de la identificación en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022</p> <p>Identificar las características de la experiencia con los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022</p>					
--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>Describir las características de la satisfacción del servicio a los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.</p> <p>Describir las características del control de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.</p> <p>Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--

4.6. Principios Éticos

Se desarrollaron los siguientes principios éticos:

Protección a las personas: La persona en toda la investigación es el fin y no el medio, en este estudio se respetó el derecho de los participantes que colaboraron, respetando su privacidad. De igual manera se respetó la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confiabilidad por lo tanto no se tomó ninguna fotografía ya que no se recibió la autorización respectiva.

Cuidado del medio ambiente y biodiversidad: La investigación respetó la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente por eso se trabajó con papel reciclado para impresión de cuestionarios que se utilizaron en el proceso de recolección de datos para evitar daños y disminuir los efectos adversos. Así mismo se cuidó la energía eléctrica evitando sobrecarga en los equipos eléctricos.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que participaron en el desarrollo de esta investigación fueron informadas adecuadamente sobre el propósito y finalidad de la investigación en la que participan y son participes por voluntad propia antes de llenar el cuestionario. Aceptando y firmando el consentimiento informado con el fin de otorgar mayor seguridad a su participación.

Beneficencia no maleficencia: se le comunicó al dueño o representante que la información brindada no causará algún daño respetando el bienestar de la misma, pues asegura el bienestar de las personas que participaron en el desarrollo de la investigación, en la cual no causa daño, al contrario, esta investigación maximiza el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en estudio.

Justicia: En la investigación se les concedió un trato igualitario a todos los participantes de la investigación, a todos se les brindó el consentimiento informado y se les aplicó el mismo

cuestionario, de igual manera se le hizo conocer que al culminar el desarrollo de la investigación se le hará conocer los resultados, dejándole mi número telefónico y correo electrónico.

Integridad científica: La investigación cuida la integridad científica y sus resultados, por ello se aseguró que los datos obtenidos sean utilizados con responsabilidad, asimismo si algún participante se encuentra en riesgo por haber ventilado algún dato personal por error, se le comunicará rápidamente sin perjudicar a los involucrados.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características del proceso en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote, 2022

Proceso	N	%
Como líder tener claro los objetivos empresariales		
Siempre	8	100.00
Casi siempre	0	0.00
algunas veces	0	0.00
muy pocas veces	0	0.00
nunca	0	0.00
Total	8	100.00
Conoce las técnicas modernas de gestión de calidad		
Siempre	2	22.22
Casi siempre	4	44.44
Algunas veces	2	22.22
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	9	100.00
Mejora el rendimiento del negocio		
Siempre	8	100.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes, en la avenida. Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

Tabla 2

Características de la identificación en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

Identificación	N	%
Cumple con las necesidades que los clientes exigen		
Siempre	7	87.50
Casi siempre	1	12.50
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00
Mejorar calidad del platillo		
Siempre	8	100.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00
Toma de decisiones mejora calidad del platillo		
Siempre	8	100.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote ,2022.

Tabla 3

Características de la experiencia con los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la Avenida Brasil de Nuevo Chimbote, 2022.

Experiencia (capacidad, comunicación)	N	%
Planificar las actividades antes de llevarlas a cabo		
Siempre	7	87.50
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	1	12.50
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00
Capacidad para entrenar al personal		
Siempre	7	87.50
Casi siempre	1	12.50
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00
Buena comunicación con sus colaboradores		
Siempre	7	87.50
Casi siempre	1	12.50
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

Tabla 4

Características de la satisfacción del servicio a los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote,2022.

Satisfacción	N	%
Satisface la comunicación con empleados		
Siempre	7	87.50
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	1	12.50
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00
Aplica técnicas de atención		
Siempre	6	75.00
Casi siempre	1	12.50
Algunas veces	1	12.50
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00
Toma en cuenta opiniones de colaboradores		
Siempre	7	87.50
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	1	12.50
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022.

Tabla 5

Características del control de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022.

Control de calidad	N	%
Confianza al presentar su producto		
Siempre	8	100.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00
Buena planificación permite objetivos		
Siempre	7	87.50
Casi siempre	1	12.50
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	8	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022.

Tabla 6

Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil de Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsable
<p>Conocimiento de técnicas modernas de gestión de calidad</p>	<p>El 23% indica que no conoce las técnicas modernas de gestión de calidad</p>	<p>Las causas de no conocer las técnicas modernas de gestión de calidad son por la falta de visión y misión que tienen sobre su micro y pequeña empresa, la falta de motivación refleja un trabajo ordinario y mecanizado. Otra de las causas es el conformismo, ya que el dueño se somete a un ciclo de trabajo y se acostumbra a que su micro empresa genere las ganancias que supuestamente para él está bien, no sabiendo que está demostrado que una buena técnica de gestión de calidad puede llevar a su negocio a otro nivel. Por último, éstos mismos están tan enfocados en el arte culinario que dejan el lado</p>	<p>Por consecuencia del poco conocimiento de las técnicas de gestión de calidad no se va a cumplir adecuadamente con el objetivo propuesto ya que no tendrá con claridad la misión de la micro y pequeña empresa. Al desconocer estas técnicas de gestión de calidad realizarán un trabajo descoordinado sin ninguna organización de por medio desde la comunicación con los proveedores hasta la entrega del producto final. Que por consecuencia puede obtener productos en</p>	<p>Acciones de mejora: Los dueños de las micro y pequeñas empresas deben capacitarse para saber sobre las técnicas de gestión de calidad y sepa cómo aplicarlo, es lo ideal ir con un especialista para que ayude al dueño a como establecer sus objetivos, como identificar sus riesgos y oportunidades y como crear un plan de acción, el análisis FODA es realmente una manera correcta de saberlo. El dueño si no tiene los recursos necesarios para ir con un especialista en sistemas de gestión, puede ingresar al internet, buscar videos y analizar punto por punto la información, ahora la tecnología está al alcance de todos.</p>	<p>Dueño y/o Administrador</p>

		<p>empresarial que es muy importante.</p>	<p>mal estado, descoordinación con horarios, y diferencias entre los colaboradores que conlleva a un mal clima laboral.</p>	<p>Se puede plantear el ciclo PHVA</p> <p>Planificar: Al planificar debidamente las actividades, se optimizará el tiempo, incluso con nuevas ideas de comidas y bebidas que sobrepasará las expectativas del cliente.</p> <p>Hacer: se implementará las acciones necesarias con el objetivo de ganar eficiencia y corregir posibles errores en la realización.</p> <p>Verificar: en el transcurso de la implementación de las acciones se establece el periodo de seguimiento para estar seguros que el proceso está yendo bien.</p> <p>Actuar: se ejecutará las correcciones necesarias y se tomarán las siguientes decisiones para mejorar como micro y pequeña empresa.</p>	
--	--	---	---	--	--

Continúa..

Tabla 6

Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

Indicadores	Problema Encontrado	Causa del problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsable
<p>Capacidad de planificar sus actividades antes de llevarlas a cabo</p>	<p>El 13% indica que algunas veces planifica sus actividades antes de llevarlas a cabo</p>	<p>La causa de no planificar sus actividades antes de llevarlas a cabo es la falta de organización, Tienen un tiempo limitado para que se pueda llevar a cabo una buena planificación. El personal no está comprometido con la empresa para que se trabaje en unión.</p>	<p>Las consecuencias de no planificar actividades antes de llevarlas a cabo: Pérdida de oportunidades. Asignación inadecuada de recursos: para cualquier proyecto a corto o largo plazo hay que saber que recursos se van a utilizar y la cantidad correcta y sin planificación es imposible considerar todos los escenarios. Poca eficiencia. Incumplimiento de los objetivos. Desventaja con la competencia De igual manera se puede lograr conflictos entre los colaboradores y obtener un complicado ambiente laboral. Falta de compromiso de los colaboradores.</p>	<p>Acciones de mejora: Promover el desarrollo de las fortalezas de los trabajadores por medio de reuniones semanales así cada uno se irá ajustando a su propio perfil de trabajo. Recomiendo priorizar las tareas desde la más importante, aunque todas las actividades son esenciales siempre hay algunas que se tienen que priorizar Escuchar las aportaciones de todos los colaboradores y realizar un calendario semanal con los nombres, horario y actividades de cada uno para mejorar la productibilidad.</p>	<p>Dueño y/o administrador</p>

Tabla 6

Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil de Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

Indicadores	Problema Encontrado	Causa del problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsable
Estrategias de comunicación con sus colaboradores	El 13% indica que algunas veces plantean la estrategia de comunicación con sus colaboradores	Las causas encontradas por falta de comunicación del dueño con sus colaboradores son: Pensar o suponer que los colaboradores tienen todo bajo control. Por ser una micro y pequeña empresa jerárquica con una comunicación cerrada con los jefes. Los colaboradores para no quedar mal con el dueño y que piense que no hacen bien su trabajo, eliminan la comunicación.	Consecuencias: Al no haber comunicación interna la pyme se convierte en un lugar sin organización, sin fidelización y sin compromiso lo cual tendrá difícilmente una buena relación con el público interno. Dentro de la mype se tiene que sentir una conexión familiar entre trabajadores y dueño, al no tener lo mencionado se refleja y se transmite hacia los consumidores.	Motivar a los trabajadores por medio de reuniones sociales por ejemplo cumpleaños, inclusive fiestas de aniversario, fiestas patrias, navidad, etc. El dueño tiene que brindarle la confianza con respeto a su trabajador para que se forme una conexión especial ya que ellos son el reflejo del dueño hacia los comensales. Elaborar charlas mensuales obligatorias para intercambiar ideas de como se debe interactuar con el cliente.	Dueño y/o Administrador

Continúa

Tabla 6

Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

Concluye

Indicadores	Problema Encontrado	Causa del problema	Consecuencias del problema	Acciones de mejora	Responsable
Tener en cuenta las opiniones de sus colaboradores antes de tomar decisiones	El 13% indica que algunas veces se tiene en cuenta las opiniones de sus colaboradores antes de tomar decisiones.	Hay dueños que se creen autosuficientes, tener la razón en todo momento y no se sienten con la necesidad de escuchar o plantear opiniones de sus colaboradores. Han trabajado tomando decisiones solos durante mucho tiempo ya que conocen su rubro y se encierran en su propia prudencia	Consecuencias: La acción de no escuchar opiniones de sus colaboradores se encierra en no conocer la realidad del cliente, porque mediante los colaboradores se conocen a los clientes, cada persona tiene gustos diferentes, por ende, el cliente no se sentirá fidelizado. La atención de los colaboradores no será la adecuada ante los clientes ya que no son escuchados y no se sienten importantes dentro de la organización.	Incentivar a los trabajadores tomándose 15 minutos antes de abrir el lugar ya sea con una oración, frases motivacionales, colocándose retos diarios. Interactuar el dueño con el trabajador a la vista del comensal para que éste vea la conexión y se sienta familiarizado. Ya sea acercándose a la mesa a saludar y el mismo dueño presentar al trabajador.	Dueño y/o administrador

Plan de Mejora

1. Datos Generales

Nombre o razón social: Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio, rubro restaurantes.

Dirección: Avenida Brasil Del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

2. Misión

Brindar una atención de calidad satisfaciendo las necesidades gastronómicas de nuestros clientes ofreciendo platillos que sobrepasen sus expectativas utilizando insumos de primera calidad.

3. Visión

Ser la cadena de los mejores restaurantes líder en nuestra ciudad ofreciendo atención y platillos de muy buena calidad, innovando para satisfacer a nuestros clientes.

4. Objetivos

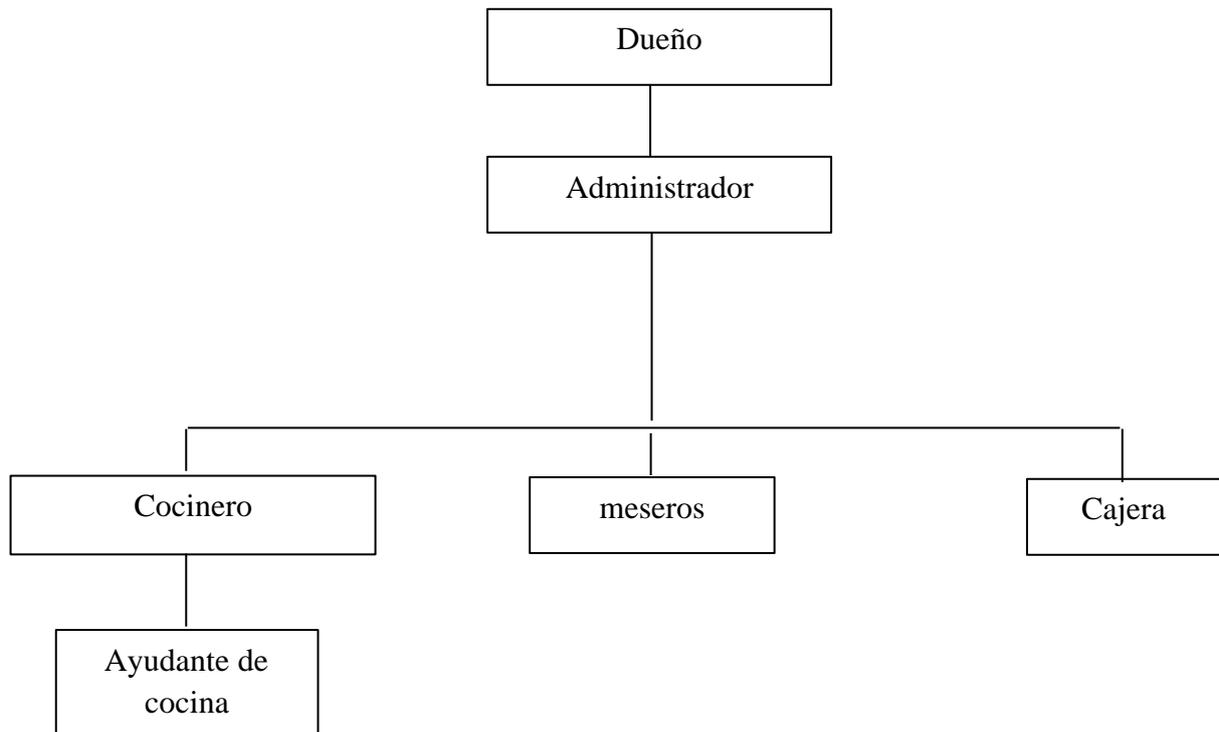
Nuestro objetivo principal es brindar una atención de calidad a nuestros clientes ya que es lo primordial para nosotros, con compromiso y profesionalismo se le brindará un producto de excelencia.

- Satisfacción de clientes
- Crear locales comerciales rentables de calidad en varios puntos de la ciudad.
- Posicionamiento en el mercado
- Eficiencia en personal calificado

5. Servicios

Las Micro y Pequeñas Empresas del rubro restaurantes ofrece el servicio de alimentos siendo preparados por expertos con la calidad de siempre, a su vez ofrece una excelente atención al público generando fidelización entre el cliente y la Mype.

6. Organigrama de la empresa



6.1. Descripción de las funciones

Cargo	Dueño
Perfil	Profesional o no profesional que invierte en un negocio teniendo la experiencia y el conocimiento del rubro.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conducir al equipo encargado de la implementación y administración de los acuerdos. ➤ Coordinar en forma permanente los diversos aspectos del restaurant. ➤ Encargado de que el funcionamiento sea adecuado en todas las áreas ➤ Controla, supervisa, monitorea, da seguimiento y evaluación de las metas y de la calidad de las afiliaciones y prestaciones y servicios.
Cargo	Administrador
Perfil	Administrador titulado, preparado de manera integral con una sólida formación humanística, científica y tecnológica.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administra las finanzas y está a cargo del personal. ➤ Realiza análisis de presupuestos y aplica técnicas de evaluación. ➤ Realiza pagos al personal ➤ Está en constante comunicación con el dueño y los trabajadores.
Cargo	Cocinero
Perfil	Con experiencia en el rubro culinario graduado en estudio de gastronomía.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planifica el menú y elabora los platillos. ➤ Organiza al equipo dentro de la cocina. ➤ Tiene que estar innovando y presentando nuevos platillos.
Cargo	Ayudante de cocina
Perfil	Experiencia de asistencia culinaria.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoya al cocinero en lo que le pida. ➤ Lleva el control de los platillos ➤ Mantiene en orden la cocina para un mejor manejo dentro ➤ Apoya en el control de los insumos a conservar.
Cargo	Mesero
Perfil	Animoso, tener estudios secundarios.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dar la bienvenida a los comensales. ➤ Brindar la carta y obtener el pedido. ➤ Satisfacer dudas o inquietudes a los comensales.
Cargo	Cajera
Perfil	Excelentes habilidades de comunicación, conocimiento de matemáticas básicas. Con experiencia en el rubro.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manejo de libros contables ➤ Recepcionar el pago y brindarles el cambio si fuera necesario. ➤ Manejar la caja registradora del restaurant.

7. Diagnostico estratégico

Análisis FODA		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		
		O1	Son mas los jóvenes que se inclinan a la carrera culinaria	A1	Competencia con otras empresas del rubro.	
		O2	Cerca se encuentra un hospital.	A2	Alta competitividad por parte de la competencia.	
		O3	Sector que permite abrir nuevos nichos de mercado.	A3	Los competidores más fuertes poseen una publicidad más agresiva	
		O4	Innovación tecnológica con cámaras	A4	Emergencia sanitaria por el COVID 19	
FORTALEZAS		ESTRATEGIAS (FO)		ESTRATEGIAS (FA)		
F1	Personal capacitado	Capacitar a los jóvenes que son estudiantes de la carrera culinaria para que se queden trabajando en el restaurante.		Brindarles capacitaciones al personal para que el comensal tenga buenos comentarios y recomendarnos.		
F2	Ubicación estratégica de nuestro local en la ciudad	Colocar una persona en la avenida para llamar amablemente a entrar al restaurante		La excelente atención que brindamos podremos luchar contra competencia desleal.		
F3	Productos de alta calidad y variedad	La calidad de los productos genera buen impactó en los comensales.		Se creará campañas de marketing y aplicaremos estrategias en cuanto a precios.		
F4	Ofrecer servicios complementarios a sus consumidores para una mayor fidelización.	A los comensales les gusta la privacidad y seguridad.		Brindar seguridad de salud mediante alcohol y buena ventilación.		
DEBILIDADES		ESTRATEGIAS (DO)		ESTRATEGIAS (DA)		
D1	Falta de capital para inversión	Capacitación de personal para la atención satisfacer las necesidades.		Se analizará a nuestra competencia para que nosotros brindemos servicios mejorados.		
D2	No está presente en otro punto de la ciudad	La poca competencia le permitirá crecer en todo el Perú.		Se creará más seguido campañas publicitarias vía redes sociales para captar más público.		
D3	Es difícil encontrar a un chef capacitado	Ofrecer evaluar mediante los clientes brindando variedad de platos y así escoger a un buen chef.		Se ofrecerá descuentos u obsequios referente la emergencia sanitaria		

8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de las Mypes
Conocimiento de técnicas modernas de gestión de calidad	El 23% indica que no conoce las técnicas modernas de gestión de calidad
Capacidad de planificar sus actividades antes de llevarlas a cabo	El 13% indica que algunas veces planifica sus actividades antes de llevarlas a cabo
Estrategias de comunicación con sus colaboradores	El 13% indica que algunas veces plantean la estrategia de comunicación con sus empleados
Tener en cuenta las opiniones de sus colaboradores antes de tomar decisiones	El 13% indica que algunas veces se tiene en cuenta las opiniones de sus colaboradores

9. Problemas

Indicadores	Problema	Causas del problema
Conocimiento de técnicas modernas de gestión de calidad	El 23% indica que no conoce las técnicas modernas de gestión de calidad	<p>Las causas de no conocer las técnicas modernas de gestión de calidad son por la falta de visión y misión que tienen sobre su micro y pequeña empresa, la falta de motivación refleja un trabajo ordinario y mecanizado.</p> <p>Otra de las causas es el conformismo, ya que el dueño se somete a un ciclo de trabajo y se acostumbra a que su micro empresa genere las ganancias que supuestamente para él está bien, no sabiendo que está demostrado que una buena técnica de gestión de calidad puede llevar a su negocio a otro nivel.</p> <p>Por último, éstos mismos están tan enfocados en el arte culinario que dejan el lado empresarial que es muy importante.</p>

<p>Capacidad de planificar sus actividades antes de llevarlas a cabo</p>	<p>El 13% indica que algunas veces planifica sus actividades antes de llevarlas a cabo</p>	<p>La causa de no planificar sus actividades antes de llevarlas a cabo es la falta de organización, Tienen un tiempo limitado para que se pueda llevar a cabo una buena planificación. El personal no está comprometido con la empresa para que se trabaje en unión.</p>
<p>Estrategias de comunicación con sus colaboradores</p>	<p>El 13% indica que algunas veces plantean la estrategia de comunicación con sus empleados</p>	<p>Las causas encontradas por falta de comunicación del dueño con sus colaboradores son: Pensar o suponer que los colaboradores tienen todo bajo control. Por ser una micro y pequeña empresa jerárquica con una comunicación cerrada con los jefes . Los colaboradores para no quedar mal con el dueño y que piense que no hacen bien su trabajo, eliminan la comunicación.</p>
<p>Tener en cuenta las opiniones de sus colaboradores antes de tomar decisiones</p>	<p>El 13% indica que algunas veces se tiene en cuenta las opiniones de sus colaboradores</p>	<p>Hay dueños que se creen autosuficientes, tener la razón en todo momento y no se sienten con la necesidad de escuchar o plantear opiniones de sus colaboradores. Han trabajado tomando decisiones solos durante mucho tiempo ya que conocen su rubro y se encierran en su propia prudencia</p>

10. Establecer Soluciones

Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
<p>Conocimiento de técnicas modernas de gestión de calidad</p>	<p>El 23% indica que no conoce las técnicas modernas de gestión de calidad</p>	<p>Acciones de mejora:</p> <p>Los dueños de las micro y pequeñas empresas deben capacitarse para saber sobre las técnicas de gestión de calidad y sepa como aplicarlo, es lo ideal ir con un especialista para que ayude al dueño a como establecer sus objetivos, como identificar sus riesgos y oportunidades y como crear un plan de acción, el análisis FODA es realmente una manera correcta de saberlo.</p> <p>El dueño si no tiene los recursos necesarios para ir con un especialista en sistemas de gestión, puede ingresar al internet, buscar videos y analizar punto por punto la información, ahora la tecnología está al alcance de todos.</p> <p>Se puede plantear el ciclo PHVA</p> <p>Planificar: Al planificar debidamente las actividades, se optimizará el tiempo, incluso con nuevas ideas de comidas y bebidas que sobrepasará las expectativas del cliente.</p> <p>Hacer: se implementará las acciones necesarias con el objetivo de ganar eficiencia y corregir posibles errores en la realización.</p> <p>Verificar: en el transcurso de la implementación de las acciones se establece el periodo de seguimiento para estar seguros que el proceso está yendo bien.</p> <p>Actuar: se ejecutará las correcciones necesarias y se tomarán las siguientes decisiones para mejorar como micro y pequeña empresa</p>

<p>Capacidad de planificar sus actividades antes de llevarlas a cabo</p>	<p>El 13% indica que algunas veces planifica sus actividades antes de llevarlas a cabo</p>	<p>Acciones de mejora: Promover el desarrollo de las fortalezas de los trabajadores por medio de reuniones semanales así cada uno se irá ajustando a su propio perfil de trabajo. Recomiendo priorizar las tareas desde la más importante, aunque todas las actividades son esenciales siempre hay algunas que se tienen que priorizar Escuchar las aportaciones de todos los colaboradores y realizar un calendario semanal con los nombres, horario y actividades de cada uno para mejorar la productibilidad</p>
<p>Estrategias de comunicación con sus colaboradores</p>	<p>El 13% indica que algunas veces plantean la estrategia de comunicación con sus empleados</p>	<p>Motivar a los trabajadores por medio de reuniones sociales por ejemplo cumpleaños, inclusive fiestas de aniversario, fiestas patrias, navidad, etc. El dueño tiene que brindarle la confianza con respeto a su trabajador para que se forme una conexión especial ya que ellos son el reflejo del dueño hacia los comensales. Elaborar charlas mensuales obligatorias para intercambiar ideas de como se debe interactuar con el cliente.</p>
<p>Tener en cuenta las opiniones de sus colaboradores antes de tomar decisiones</p>	<p>El 13% indica que algunas veces se tiene en cuenta las opiniones de sus colaboradores</p>	<p>Incentivar a los trabajadores tomándose 15 minutos antes de abrir el lugar ya sea con una oración, frases motivacionales, colocándose retos diarios. Interactuar el dueño con el trabajador a la vista del comensal para que éste vea la conexión y se sienta familiarizado. Ya sea acercándose a la mesa a saludar y el mismo dueño presentar al trabajador.</p>

11. Recursos para la implementación de la estrategia

N	Estrategias	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo
1	<p>Capacitarse para saber sobre el tema de gestión de calidad y sepa como aplicarlo. Llevando cursos ya sean gratuitos por la plataforma de los ministerios de educación o en la Dirección regional de trabajo o en las universidades.</p> <p>Gestionar la implementación de un sistema de gestión de calidad en la empresa les permitirá sistematizar sus operaciones y hacerlos más eficientes.</p>	Dueño	S/.600.00	<p>-Internet</p> <p>-Computadora</p> <p>- Impresora</p>	3 meses
2	<p>Promover el desarrollo de las fortalezas de sus trabajadores por medio de reuniones semanales.</p> <p>Escuchar las aportaciones de todos y reconociendo logros individuales.</p> <p>Tener un calendario grande con los nombres de cada colaborador y su función semanal</p>	Dueños	S/.50.00	<p>- Internet</p> <p>- Computadora</p>	7 días
3	<p>Motivar a los trabajadores por medio de reuniones sociales por ejemplo cumpleaños, inclusive fiestas de aniversario, fiestas patrias, navidad, etc.</p> <p>El dueño tiene que brindarle la confianza con respeto a su trabajador para que se forme una conexión especial ya que ellos son el reflejo del dueño hacia los comensales.</p> <p>Elaborar charlas mensuales obligatorias para intercambiar ideas de como se debe interactuar con el cliente.</p>	Dueños	S/.100.00	<p>-Internet</p> <p>-Computadora</p>	30 días

4	<p>Incentivar a los trabajadores tomándose 15 minutos antes de abrir el lugar ya sea con una oración, frases motivacionales, colocándose retos diarios.</p> <p>Interactuar el dueño con el trabajador a la vista del comensal para que éste vea la conexión y se sienta familiarizado. Ya sea acercándose a la mesa a saludar y el mismo dueño presentar al trabajador.</p>	Dueños	S./0.00	-Internet	07 días
---	---	--------	---------	-----------	---------

12. Cronograma de actividades

N	Estrategias	Inicio Termino	marzo				abril				mayo				junio			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<p>Capacitarse para saber sobre el tema de gestión de calidad y sepa como aplicarlo. Llevando cursos ya sean gratuitos por la plataforma de los ministerios de educación o en la Dirección regional de trabajo o en las universidades.</p> <p>Gestionar la implementación de un sistema de gestión de calidad en la empresa les permitirá sistematizar sus operaciones y hacerlos más eficientes.</p>	01/03/2022 31/05/2022	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
2	<p>Promover el desarrollo de las fortalezas de sus trabajadores por medio de reuniones semanales.</p> <p>Escuchar las aportaciones de todos y reconociendo logros individuales.</p> <p>Tener un calendario grande con los nombres de cada colaborador y su función semanal.</p>	15/03/2022 22/03/2022			X	X												

3	<p>Motivar a los trabajadores por medio de reuniones sociales por ejemplo cumpleaños, inclusive fiestas de aniversario, fiestas patrias, navidad, etc.</p> <p>El dueño tiene que brindarle la confianza con respeto a su trabajador para que se forme una conexión especial ya que ellos son el reflejo del dueño hacia los comensales.</p> <p>Elaborar charlas mensuales obligatorias para intercambiar ideas de como se debe interactuar con el cliente.</p>	<p>02/05/2022 31/05/2022</p>								X X X X					
4	<p>Incentivar a los trabajadores tomándose 15 minutos antes de abrir el lugar ya sea con una oración, frases motivacionales, colocándose retos diarios.</p> <p>Interactuar el dueño con el trabajador a la vista del comensal para que éste vea la conexión y se sienta familiarizado. Ya sea acercándose a la mesa a saludar y el mismo dueño presentar al trabajador.</p>	<p>01/04/2022 07/04/2022</p>					X								

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1

Características del proceso en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

Como líder se debe tener en claro los objetivos empresariales: El 100% de los representantes asumen que siempre se tiene que tener en claro los objetivos empresariales (tabla 1). Esto demuestra que la totalidad de los representantes de los restaurantes tienen en claro la importancia de conocer hacia donde desean llegar como mype, tienen una visión que con paso seguro desean alcanzar, de la mano de todos los colaboradores unificando fuerzas y sobre todo una buena organización se logra el objetivo.

Conocen las técnicas modernas de gestión de calidad: El 44.44% de los representantes asumen que si conocen las técnicas modernas de gestión de calidad (tabla 1) estos resultados contrastan con la investigación de Aponte (2021) quien mencionó que el 90.91% de los representantes desconocen sobre la técnica y métodos modernos de gestión de calidad. Se concluye que la minoría si conoce técnicas modernas de gestión de calidad, hay muchas técnicas de gestión de calidad que ayuda a la empresa a diferenciarse de las demás, por ejemplo una lluvia de ideas, un diagrama de flujo, una matriz de análisis de datos etc. Ayuda a la organización a detectar problemas con anticipación y por ende solucionarlos.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: El 100% de los representantes asumen que la gestión de calidad siempre contribuye a mejorar el rendimiento

del negocio(tabla1) éstos resultados coinciden con los resultados encontrados en la investigación realizada por Quintero(2020) quien señaló que el 100% de los representantes indica que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. Esto demuestra que en su totalidad la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, ya que una buena organización en el rubro restaurantes es muy importante, desde las compras de los insumos hasta la presentación del platillo se utiliza gestión de calidad y si está correctamente planificado se obtiene un buen resultado.

Tabla 2

Características de la identificación en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022.

Cumplen con las necesidades que los clientes exigen: El 87.50% de los representantes afirman que siempre cumplen con las necesidades del cliente y el 12.50% indica que casi siempre cumple con las necesidades que los clientes exigen (tabla 2) . Esto demuestra que la mayoría si cumplen con las necesidades que los clientes exigen pues se sabe que el cliente es lo primordial en un negocio culinario ya que es el motivo principal de su funcionamiento, pero no está de más que la organización se conforme y siempre vaya innovando con nuevos platillos y nuevas estrategias de atención.

Se debe mejorar la calidad del platillo: El 100% de los representantes informar que siempre están mejorando la calidad de su platillo (tabla 2). Esto demuestra que la totalidad de los representantes tienen en cuenta que siempre se tiene que estar en constante innovación y

aprendizaje para que se pueda brindar un platillo de calidad y sobre todo se lleve una experiencia única en el restaurante.

Tomar decisiones adecuadas mejorará la calidad del platillo: El 100% de los representantes informan que siempre tomar las mejores decisiones mejorará la calidad del platillo (tabla 2). Esto demuestra que la totalidad de los representantes si considera que tomar decisiones adecuadas mejorará la calidad del platillo, en la cocina aparte de tener arte en las manos se tiene que desarrollar un sentido culinario, probar con diferentes mezclas e ir innovando a diario para sacar nuevas recetas no es nada fácil, por eso al tomar la decisiones sobre cada ingrediente nuevo resulta ser todo un reto, pero al analizar los resultados de la encuesta nos damos cuenta que en su totalidad se arriesgan para brindar al público diferentes sabores en el platillo .

Tabla 3

Características de la experiencia con los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimnote, 2022

Planificar las actividades antes de llevarlas a cabo: El 87.50% de los representantes indican que siempre planifican sus actividades antes de llevarlas a cabo y el 12.50% manifiesta que algunas veces planifica sus actividades antes de llevarlas a cabo(tabla3). Esto demuestra que la mayoría de los representantes si planifican sus actividades antes de llevarlas a cabo pues se sabe que el éxito de una empresa empieza por una buena planificación, fijar plazos, definir objetivos, identificar obstáculos va a lograr que la organización alcance su visión.

Capacidad para entrenamiento del personal: El 87.50% de los representantes anuncia que siempre están en la capacidad para entrenar a su personal y el 12.50% manifiesta que casi siempre entrena al persona(tabla 3) . Esto demuestra que la mayoría de los representantes si

se ven con la capacidad de entrenar al personal ya que los empleados son un factor integral para alcanzar el éxito, son el rostro visible de la empresa su interacción con los clientes puede ayudar o perjudicar al negocio.

Buena comunicación con sus colaboradores: El 87.50% de los representantes manifiesta que siempre se tiene una buena comunicación con sus colaboradores y el 12.50% indica casi siempre lleva buena comunicación con sus colaboradores (tabla 3) esto significa que en la mayoría de ocasiones si hay buena comunicación con los colaboradores, éste acto es tan importante dentro de la organización ya que por medio del colaborador se va a conocer al cliente, una comunicación efectiva y con respeto se iguala a un buen ambiente laboral.

Tabla 4

Características de la satisfacción del servicio a los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

Estrategia de comunicación con empleados; El 87.50% de los representantes indican que siempre se desarrollan la estrategia de comunicación con sus empleados y el 12.50% algunas veces usa la estrategia de comunicación con sus empleados (tabla 4) esto demuestra que la mayoría usa la estrategia de comunicación con sus empleados, la comunicación interna no es un trabajo de una sola persona en un trabajo en equipo, una comunicación clara y firme es suficiente, no es bueno ahogar al colaborador con tantas preguntas o comunicados que llegará por absorber al empleador.

Técnica de atención al cliente al momento de interactuar con ellos: El 75% de los representantes siempre usan alguna técnica de atención al cliente para interactuar con ellos (tabla 4). Estos resultados contrasta con la investigación realizada por Vargas (2021) donde

muestra que el 65% usa técnicas de atención al cliente para interactuar con el mismo. Esto demuestra que la mayoría de los representantes si tienen una interacción con el cliente al momento de la atención, hay técnicas para saber llegar al cliente teniendo en cuenta que cada uno es distinto, la atención con empatía logrará que el cliente se sienta interesado y cómodo, saber escuchar y tratar de resolver las dudas del comensal se le está haciendo saber que es importante, solo teniendo una relación fuerte y de confianza con los clientes se podrá conseguir su fidelidad.

Toma en cuenta opinión de los colaboradores: El 87.50% de los representantes nos indican que siempre toman en cuenta la opinión de los colaboradores mientras que el 12.50% nos muestra que solo algunas veces toman en cuenta la opinión de sus trabajadores (tabla 4), éstos resultados nos muestran que la mayoría si escucha y toma en cuenta la opinión de sus colaboradores, el dueño muchas veces no está acostumbrado a pedir o escuchar alguna iniciativa de su colaborador pero si se abre a la posibilidad llega hacer muy beneficioso para el negocio ya que el trabajador se siente parte de ella participando y dándole el lugar para que el proyecto funcione .

Tabla 5

Características del control de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

Confianza al presentar su producto: El 100% de los representantes encuestados manifiestan que siempre se sienten confiados al momento de presentar su producto(tabla 5),esto significa que en su totalidad los representantes se sienten con la comodidad y la confianza de que están

haciendo un buen trabajo para satisfacción de su cliente, utilizando insumos y mano de obra de calidad.

Una buena planificación permite llegar a objetivos: El 87.50% de los representantes consideran que siempre una buena planificación conlleva al objetivo (tabla 5) tal como lo señala Blanco (2017) en su trabajo de investigación, que son el camino que se va a seguir, indicando las diferentes obligaciones de cada uno de los trabajadores, todo esto sirve para iniciar la labor que permitirá, cumplir con las metas y objetivos. Los procesos son indispensables dentro de las empresas, si no se encuentra bien definido la empresa caería. Esto demuestra que la mayoría si está de acuerdo que una buena planificación llevará a la empresa a los objetivos propuestos, teniendo en cuenta la obligación de cada trabajador para cumplir la meta deseada.

VI. CONCLUSIONES

Objetivo específico 1. Determinar las características del proceso en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

La totalidad (100%) de los representantes indican que como líder tienen en claro los objetivos empresariales, (100%) indica que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La minoría (44.11) indican que casi siempre utilizan las técnicas modernas de gestión de calidad. Los representantes de las micro y pequeñas empresas como líderes del negocio tienen en claro que es lo que se quiere lograr y toma el liderazgo guiando a todos los miembros de la organización para conseguirlo, pero para eso se debe conocer y aplicar ciertas técnicas de gestión de calidad los cuales no todos conocen o no lo saben aplicar dentro de la organización, por eso estar en constante capacitación es primordial.

Objetivo específico 2. Reconocer las características de la identificación en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurante de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

La totalidad (100%) de los representantes indican que siempre mejoran la calidad del platillo, (100%) indica que siempre una buena toma de decisiones mejora la calidad del platillo. La mayoría (87.50%) da a conocer que se cumplen con las necesidades que los clientes exigen. Esto significa que los representantes siempre están mejorando la calidad del plato a ofertar, que en el rubro restaurantes diariamente se tiene que innovar sabores nuevos, combinaciones agradables, para que los clientes tengan variedad de opciones y fidelicen con el negocio.

Objetivo específico 3. Identificar las características de la experiencia de los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022

La mayoría (87.50%) de los representantes nos informa que siempre planifican las actividades antes de llevarlas a cabo, (87.50%) siempre se tiene la capacidad para entrenar al personal, (87.50%) se tiene una buena comunicación con sus colaboradores. La planificación dentro de una organización es clave para llegar al objetivo propuesto, la mayoría de los representantes planifican antes de realizar cada actividad, ya sea de lo mas mínimo hasta lo más grande sin planificación el negocio se cae, por esa razón es importante la capacitación y una muy buena comunicación con el personal de turno, ya que todos en conjunto son un equipo para llegar a lo propuesto.

Objetivo específico 4. Decir las características de la satisfacción del servicio a los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022

La mayoría (87.50%) de los representantes desarrolla la estrategia de comunicación con los empleados, (75.00%) siempre aplican técnicas de atención, (87.50%) toman en cuenta la opinión de sus colaboradores. Por si la comunicación es muy importante en nuestra vida cotidiana, es mas aún dentro de una organización, los representantes desarrollan estrategias de comunicación con sus empleadores y escuchan sus opiniones tomándolos en cuenta por el bienestar de la misma, son buenas actitudes que se deben seguir ejecutando para que así logren el buen desarrollo y crecimiento de la organización.

Objetivo específico 5. Describir las características de control de calidad de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022.

La totalidad (100%) de los representantes tienen confianza al presentar su producto. La mayoría(87.50%) considera que una buena planificación permitirá los objetivos. Los representantes de las micro y pequeñas empresas brindan el servicio con toda la confianza porque saben que su platillo está elaborado con insumos de buena calidad así mismo lo acompañan con una atención personalizada que el cliente se lleve una buena impresión.

Objetivo específico 6. Elaborar una propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote,2022.

En base a los resultados obtenidos en la investigación se elaboró un plan de mejora con la finalidad de brindar herramientas, técnicas y estrategias administrativas que permiten ayudar a mejorar la gestión de las mypes, logrando que los representantes desarrollen mas capacidades frente a los retos que le impongan la organización con el objetivo de mejorar cada día en su crecimiento empresarial y así lograr centrarse el mercado del mismo rubro, alcanzar la satisfacción de sus clientes, mejorar la imagen de la organización y seguir generando rentabilidad para el desarrollo de la micro y pequeña empresa.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

- Asesorar en temas de gestión de calidad y atención al cliente para que puedan mejorar el servicio prestado, conocer nuevas técnicas de gestión hará que su negocio se haga conocido, tenga una fidelización con el cliente, y mejoren los ingresos económicos.
- Implementar técnicas de comunicación internas para que el trabajador y el dueño tengan más conexión, ser empáticos y saber escuchar opiniones u alguna sugerencia y así se logrará una interacción fluida para que se planifique las actividades con anticipación antes de llevarlo a la práctica.
- Incentivar a que los trabajadores deseen aprender más sobre gestión y atención al cliente, brindando talleres con temas interesantes para su crecimiento personal y laboral.
- Implementar la propuesta de mejora con la finalidad de establecer estrategias que permitan aplicar una adecuada gestión de calidad y atención al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abarca, H. (2020). *Gestión de la calidad en la capacitación en el modelo de cubicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro transportes de carga por carretera Huaraz*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/16705>
- Altuzarra, M. (2015). Atención al Cliente. HE Revista Digiatl.
- Alejandro, W. (2021). *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Jirón Enrique Palacios del distrito de Chimbote, 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/21138>
- Aponte, N. (2021). *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa, año 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/21713>
- Arenas, F. (2021). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES del sector servicio, rubro transporte interprovincial del distrito de Amarilis-Huánuco, 2020. [Tesis de licenciatura, Universidad Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/20007>
- Ayaypoma, R. (2022). *Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro hoteles: caso hotel “Las Flores”- San Vicente, Cañete, 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25935>

- Blanco, M. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Mexico: Macmillan Iberia, S.A. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/52802>
- Bedoya, V. H. F. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu emprendedor TES*, 4(3), 65-76.
- Braul, M. (2022). Propuesta de mejora de atención al cliente para una gestión de calidad en la micro y pequeña empresa rubro transporte Los Amigos del Volante S.A.C en la provincia de Huarmey, año 2021. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25390>
- Carrasco, N. (2010). Evaluar la calidad en el servicio y atención al cliente en la hostería “Karen Estefanía” en la Ciudad de Guano, de la provincia de Chimborazo. Riobamba – Ecuador : Tesis Escuela Superior Politecnica de Chimborazo
- Carrasco, S. (2019). *Atención al cliente y el proceso comercial*. Paraninfo. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LjehDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=atencion+al+cliente&ots=-estlAgyzL&sig=GXB4IP-iQl1aHZZxFCsQOeU8vQU#v=onepage&q&f=false>
- Cárdenas, G. (2019). *Análisis de la calidad del servicio de atención al cliente en café lúcuma para un plan de mejora*. [Universidad de Guayaquil, Ecuador]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45978>
- Chamorro, S. (2016). Las 10 claves para mejorar la atención al cliente de tu empresa. Recuperado de, <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>
- Cribillero, E. (2022). *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro*

- veterinarias del distrito de Nuevo Chimbote, 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25968>
- Díaz, G. (2010). Sistema Integral para la Gestión de Restaurantes. [Tesis de licenciatura, Universidad Pontificia de Comillas, España].
- Dini y Stumpop, 2018. Mipymes en América Latina. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf
- Erazo, G. (2020). *Gestión de calidad y atención al cliente en las Mype comerciales rubro bodegas de urbanización Los Titanes, Piura año 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/15755>
- Escudero, M. (2015). Servicio de atención comercial. Editex. https://books.google.com.pe/books?id=ue7JCQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiG5Jn4o_7tAhUmvlkKHUdcCdGQ6AEwAHoECAAQA#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%202015&f=false
- Fontalvo, T., Domínguez, E., & Hoz, E. (2020). Método de evaluación de la calidad del servicio de una unidad de atención al usuario en una empresa de servicio de agua en Colombia. *Información tecnológica*, 31 (4), 27-34. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400027>
- González, H. (2010). Satisfacción del Cliente. Edición de Bienvenida.
- Guevara, C. (2020). Principios de gestión de la calidad en empresas de servicios de mantenimiento eléctrico del sector petrolero. *Revista de Venezolana de Gerencia*, 25 (89), 2-14. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062641017/29062641017.pdf>

- Herrera, J. (2016). *Introducción a la calidad*. Sevilla: Chaucer's world.
- Huancas, R. (2022). *Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25890>
- Hurtado, F. (2019). *La gestión de calidad y su influencia en los beneficios de las mypes del sector servicio-rubro restaurantes del óvalo de Santa Anita, distrito de Santa Anita, Lima 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
- INEI (2019). *Producción nacional*. Recuperado de: *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 28015, Promulgada el 3 de Julio del 2003*. <https://alianzapacifico.net/observatorioregionalpymes/images/ley-28015.pdf>
- Jáuregui, A. (2016). *Teorías de la calidad. Bases Teóricas y Metodológicas del Modelo de Calidad Total*
- Ley N° 30056. (2013). MYPES.
<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-modifica-diversas-leyes-para-facilitar-la-inversion-ley-n-30056-956689-1/>
- López, M. (2017). *5 formas de mejorar el servicio al cliente en las pymes*. <https://www.merca20.com/5-formas-de-mejorar-el-servicio-al-cliente-en-laspymes/>
- Martínez, J. (2016). *Teorías de comunicación*. [Internet]. 2006. Consultado en febrero 2016. Disponible en: http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf
- Ochoa, A. (2018). *Métodos para contribuir a la mejora continua del proceso logístico de atención al cliente. Caso empresarial de Yanbal Sede Medellín*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Medellín].

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/25465/aochoaga.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pereyra, L. E. (Ed.). (2020). *Metodología de la investigación*. Klik.

Peiro, R. (2019). Satisfacción del cliente. <https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>

Porporatto, M. (2017). Atención al cliente. <https://quesignificado.com/atencion-alcliente/>

Quintero, J. (2020). Gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro telecomunicaciones en el distrito de Chimbote, en el año 2017. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica, Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/18786>

Ramírez, J. V. (2019). Metodología de la Investigación. *Revista Manuela Ramírez*, 38(1), 51-62.

Ramirez, Y. (2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica, Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/14870>

Riquelme, M. (2017). La Importancia De La Gestión De La Calidad. <https://www.webyempresas.com/laimportancia-de-la-gestion-de-la-calidad>

Rodríguez, C (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro bazar tiendas de regalos del casco urbano distrito de Chimbote, 2017*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/14390>

- Rodríguez, J. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de la calidad total en las micro y pequeñas empresas del sector manufactura - rubro fabricación de prendas de vestir del distrito de Huaraz, 2015*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/10974>
- Romero, L. (2021). *Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro elaboración de productos de panadería (Cafetería) del distrito de Huaraz, 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/23837>
- Rosas, D. (2019). *Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/14710>
- Ruiz, M. (2017). Más del 50% de mypes cierran antes de 3 años. <https://peru21.pe/economia/50-mypes-cierran-3-anos-405727-noticia/>
- Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En *Servicio al cliente* (pp.19-27). Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Sotomayor, O. (2013). *Marketing para Mypes Emprendedoras*. Lima: Ediciones Gráfica del Sur EIRL
- SUNAT (28 de febrero del 2017). Qué beneficios tengo, Emprender. <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios/tengo>.

- Tarodo, C. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. RA-MA Editorial.
<https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/62484>
- Torres, R. H. S. (2019). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Toscano, F. (2018). *Metodología de la Investigación*. U. Externado de Colombia.
- Valdez, D. (2019). *Plan estratégico como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector producción, rubro elaboración de derivados lácteos, distrito de Chiquián, 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/14893>
- Vargas, M. (2021). *Gestión de calidad y Atención al cliente como factor relevante en la propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida criolla del distrito Florencia de Mora, Trujillo, 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/23506>
- Vásquez, A. (2022). *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito Chimbote, año 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/25522>
- Vega, K. (2019). *Análisis y propuesta de mejoramiento en el proceso de atención al cliente del departamento de ventas, Caso Enquality*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador].
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/17250>

- Yzaguirre, E. (2019). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Los Ángeles de Chimbote].
<https://hdl.handle.net/20.500.13032/9877>
- Zapatero, A. (2016) Información y atención al cliente-consumidor. usuario (MF0241_2).
Madrid: Editorial CEP, S.L. 2016. p.
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/51043?page=13>
- Zavala, F., & Vélez, E. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios – Ecuador. *Dominio de las ciencias*, 6 (3) 264-281. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8231706>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2022															
		Marzo				Abril				Mayo				Junio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		x														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				x												
5	Mejora del marco teórico					x											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						x										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							x									
8	Ejecución de la metodología								x								
9	Resultados de la investigación									x							
10	Conclusiones y recomendaciones										x						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											x					
12	Reacción del informe final												x				
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													x	x		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos																x
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto Desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S./)
Suministros			
• Impresiones	0.50	40	20.00
• Fotocopias	0.20	30	6.00
• Empastado	5.00	2	10.00
• Papel Bond A-4	0.10	100	10.00
• Lapiceros	0.50	1	0.50
Sub total			
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub Total			
Total, de presupuesto desembolsable			146.50
Presupuesto no Desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	Numero	Total (S./)
Servicios			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital- LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Modulo de Investigación del ERP Universito-MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			
Total, de Presupuesto no desembolsable			652.00

Anexo 3. Cuadro de sondeo

N°	Razón Social	Dirección	Representantes
01	“LA CANASTA”	Urb. San Rafael Mz. I4 Lote- 06(frente al hospital EGB)	Jeffry Pinedo Altamirano
02	“RICO CHIMBOTE”	Urb. Santa Cristina A4-LOTE-11	Vanesa Tolentino Llontop
03	“LA FAMILIA”	Av. Brasil P-A lote 3- Los Álamos	Edgardo Valcárcel Prada
04	“WAYKIS”	Av. Brasil MZ-4 Lote 2A	Pool Jiménez Velarde
05	“SIMBOTE”	AV. BRASIL Mz A -lote 2A	Jeniffer Rafaile Lara
06	“LALOS BURGUER”	San Rafael (Frente A Hospital Regional) Mz. I- Lote. 4	Eduardo Chávez Campos
07	MOLLEJITAS NOCTURNAS	Urb.San Rafael Mz2 I- Lote 4	Karol Herrera
08	SHOW MAR	Urb. San Rafael Mz. I 4- Lote 02	Leonard Diaz Gonzales

Anexo 4. Consentimiento Informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula “Propuesta de mejora del marketing como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas de la avenida Brasil del distrito de nuevo Chimbote, 2019” y es dirigido por _____

_____, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: _____

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará _____ minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

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

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

Nombre:

Fecha:

Correo electrónico:

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022 y es dirigido por Talia Stephanie Iglesias Jara, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Aportar propuestas de mejora. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 932377617. Si desea, también podrá escribir al correo taliai_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Jheral Yeffry Pinedo Altamirano

Fecha: 24 de mayo del 2022

Correo electrónico: gado_200@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Urb. San Rafael Mz= I-4 Lt-06 Nvo Chimbote
La Conasta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022 y es dirigido por Talía Stephanie Iglesias Jara, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Aportar propuestas de mejora. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 932377617. Si desea, también podrá escribir al correo taliaj_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Hycer Vaneza Tolentino Ubanop

Fecha: 24 de mayo del 2022

Correo electrónico: HycerTolentino942@gmail.com

Firma del participante:  Rico Chimbote. SAC

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

A4-LT3L. Urb. SANTA CRISTINA - Nvo. CHIMBOTE.

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022 y es dirigido por Talia Stephanie Iglesias Jara, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Aportar propuestas de mejora. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 932377617. Si desea, también podrá escribir al correo taliajj_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Edgardo Valcárcel Prada

Fecha: 24 de mayo del 2022

Correo electrónico: _____

Firma del participante: [Firma]

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

Av. Brasil P-A - lote 3 Los Alamos
Restaurante: La Familia

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022 y es dirigido por Talia Stephanie Iglesias Jara, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Aportar propuestas de mejora. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 932377617. Si desea, también podrá escribir al correo taliaij_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Juan Velarde pool.

Fecha: 24 de mayo del 2022

Correo electrónico: itam_13@hotmail.com.

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Way Kis

Av Brasil H2A Tote 2A.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022 y es dirigido por Talía Stephanie Iglesias Jara, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Aportar propuestas de mejora. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 932377617. Si desea, también podrá escribir al correo taliaij_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Janiffer Lizvet RAFAELE LARA

Fecha: 24 de mayo del 2022

Correo electrónico: Janliz - 143 @ hotmail . com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Simbote . Av Brasil 12 A - lote 2A

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022 y es dirigido por Talia Stephanie Iglesias Jara, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Aportar propuestas de mejora. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 932377617. Si desea, también podrá escribir al correo taliaij_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Eduardo Chavez Campos

Fecha: 24 de mayo del 2022

Correo electrónico: ceduarch1969@hotmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

La los BURGOER

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022 y es dirigido por Talia Stephanie Iglesias Jara, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Aportar propuestas de mejora. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

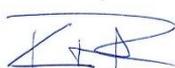
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 932377617. Si desea, también podrá escribir al correo taliaij_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: KAROL HERRERA

Fecha: 24 de mayo del 2022

Correo electrónico: _____

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 
Urb. SAN RAFAEL MZ: 10TE 4

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022 y es dirigido por Talia Stephanie Iglesias Jara, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Aportar propuestas de mejora. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de 932377617. Si desea, también podrá escribir al correo taliaij_25@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

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

Nombre: Leonar Diaz Gonzalez

Fecha: 24 de mayo del 2022

Correo electrónico: leo-29@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 
Urb. San Rafael H⁴ lote 02
Shou mar



Anexo 5. Cuestionario

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: *Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022*, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)				
N°	VI: Gestión de Calidad								
D1: Proceso (Liderar, técnicas, rendimiento)					1	2	3	4	5
1	¿Cómo líder de una empresa cree usted debe tener claro los objetivos empresariales?								
2	¿Usted como trabajador conoce las técnicas modernas de Gestión de Calidad?								
3	¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?								
D2: Identificación (Necesidades, mejora, toma de decisiones)					1	2	3	4	5
4	¿Cree usted que su mype cumple con las necesidades que los clientes exigen y la calidad que se enfoca en sus clientes?								
5	¿Considera usted que se debe mejorar la calidad del platillo que ofrecen?								

6	¿Usted considera que el tomar decisiones adecuadas mejoraría la calidad del platillo?					
N°	VII: Atención al cliente					
D1: Experiencia de atención al cliente (capacidad, comunicación)		1	2	3	4	5
1	¿Usted tiene la capacidad de planificar las actividades antes de llevarlas a cabo?					
2	¿Usted tiene la capacidad y el conocimiento para el entrenamiento del personal?					
3	¿Cómo líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?					
D2: Satisfacción del servicio al cliente (Técnicas e interacción)		1	2	3	4	5
4	¿Usted desarrolla la estrategia de comunicación con sus empleados?					
5	¿Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos?					
6	¿Usted como líder tiene en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión?					
D3: Control de calidad (producto, objetivos)		1	2	3	4	5
7	¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?					
8	¿Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá los objetivos de las mypes?					

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Miguel Ángel Limo Vásquez

1.2. Grado Académico: Maestro en Administración

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: ULADECH

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Talia Stephanie Iglesias Jara

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Gestión de Calidad

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	S I	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Proceso (Liderar, técnicas, rendimiento)							
1.-¿Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	X		X		X		
2.-¿Conoce las técnicas modernas de gestión de calidad?	X		X		X		
3.-¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		
Dimensión 2: Identificación (Necesidades, mejora, toma de decisiones)							
4.-¿Cree ud. Que su MYPE cumple con las necesidades que los clientes exigen?	X		X		X		
5.-¿Considera ud. Que se debe mejorar la	X		X		X		

calidad de los platillas que ofrece?							
¿Ud. Cree que una buena toma de decisiones mejoraría la calidad del platillo?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Atención al cliente

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	S I	NO	
Dimensión 1: Experiencia de atención al cliente(capacidad, comunicación)							
1.-¿Usted tiene la capacidad de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo?	X		X		X		
2.-¿Usted tiene la capacidad y el conocimiento para el entrenamiento del personal?	X		X		X		
3.-¿Cómo líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?	X		X				
Dimensión 2: Satisfacción del servicio al cliente(técnicas e interacción)							

4.-¿Usted informa a sus trabajadores a mejorar sus actividades y técnicas?	X		X		X		
5.-¿Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ellos?	X		X		X		
6.-¿Usted como líder tiene en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión?	X		X		X		
Dimensión 3: Control de Calidad (Producto, objetivos)							
7.-¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?	X		X		X		
8.-¿Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá llegar a los objetivos de las MYPES?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Limo Vásquez Miguel
Ángel DNI N°
18215927
CLAD N° 04926

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Robert Rubio Castillo

1.2. **Grado Académico:** Maestro en Administración

1.3. **Profesión:** Licenciado en Administración

1.4. **Institución donde labora:** Essalud Chimbote

1.5. **Cargo que desempeña:** Profesional administrativo

1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario

1.7. **Autor del instrumento:** Talía Stephanie Iglesias Jara

1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Gestión de Calidad

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la 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	
Dimensión 1: Proceso (Liderar, técnicas, rendimiento)							
1.-¿Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	X		X		X		
2.-¿Conoce las técnicas modernas de gestión de calidad?	X		X		X		
3.-¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		
Dimensión 2: Identificación (Necesidades, mejora, toma de decisiones)							
4.-¿Cree ud. Que su MYPE cumple con las necesidades que los clientes exigen?	X		X		X		
5.-¿Considera ud. Que se	X		X		X		

debe mejorar la calidad de sus platillos que ofrecen?							
6.-¿Ud. Cree que una buena toma de decisiones mejoraría la calidad del platillo?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Atención al cliente

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la 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	
Dimensión 1: Importancia de atención al cliente(capacidad, comunicación)							
1.-¿Usted tiene la capacidad de planificar y organizar las actividades de llevarlas a cabo?	X		X		X		
2.-¿Usted tiene la capacidad y el conocimiento para el entrenamiento del personal?	X		X		X		
3.-¿Cómo líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción del servicio al cliente(técnicas e interacción)							
4.-¿Usted informa a sus trabajadores a mejorar sus actividades y técnicas?	X		X		X		
5.-¿Aplica técnicas de atención al cliente al	X		X		X		

momento de interactuar con ellos?							
6.-¿Usted como líder tiene en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión?	X		X		X		
Dimensión 3: Control de Calidad (Producto, objetivos)							
7.-¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?	X		X		X		
8.-¿Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá llegar a los objetivos de las MYPES?	X		X		X		

Otras observaciones generales:

MG. ROBERT RUBIO CASTILLO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 01358

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Morillo Campos Yuly Yolanda

1.2. Grado Académico: Magister en Gestión Pública

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: Uladech Católica

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Talia Stephanie Iglesias Jara

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Gestión de Calidad

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la 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	
Dimensión 1: Proceso (Liderar, técnicas, rendimiento)							
1.-¿Cree que para liderar un negocio se tiene que tener muy en claro lo que se quiere conseguir?	X		X		X		
2.-¿Conoce las técnicas modernas de gestión de calidad?	X		X		X		
3.-¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X		X		X		
Dimensión 2: Identificación (Necesidades, mejora, toma de decisiones)							
4.-¿Cree ud. Que su MYPE cumple con las necesidades que los clientes exigen?	X		X		X		

5.-¿Considera ud. Que se debe mejorar la calidad de sus platillos que ofrecen?	X		X		X		
6.-¿Ud. Cree que una buena toma de decisiones mejoraría la calidad del platillo?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Atención al cliente

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la 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	
Dimensión 1: Importancia de atención al cliente(capacidad, comunicación)							
1.-¿Usted tiene la capacidad de planificar y organizar las actividades antes de llevarlas a cabo?	X		X		X		
2.-¿Usted tiene la capacidad y el conocimiento para el entrenamiento del personal?	X		X		X		
3.-¿Cómo líder establece una buena comunicación con sus colaboradores?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción del servicio al cliente(técnicas e interacción)							
4.-¿Usted informa a sus trabajadores a mejorar sus actividades y técnicas?	X		X		X		
5.-¿Aplica técnicas de	X		X		X		

atención al cliente al momento de interactuar con ellos?							
6.-¿Usted como líder tiene en cuenta las opiniones y técnicas de sus colaboradores antes de tomar una decisión?	X		X		X		
Dimensión 3: Control de Calidad (Producto, objetivos)							
7.-¿Ayuda a generar la confianza del cliente al momento de presentar su producto?	X		X		X		
8.-¿Considera usted que una buena planificación y ganancia permitirá llegar a los objetivos de las MYPES?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos
LICENCIADA EN ADMINISTRACION
CLAD N° 01359

DNI N° 33263862

Anexo 7. Hoja de tabulación

Tabla 1

Características del proceso en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Como líder se debe tener claro los objetivos empresariales	Siempre	8	IIIIIII	100.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Algunas veces	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIIII	100.00
Conoce las técnicas modernas de gestión de calidad	Siempre	2	II	22.22
	Casi siempre	4	IIII	44.44
	Algunas veces	2	II	22.22
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIIII	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Siempre	8	IIIIIII	100.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	A veces	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIIII	100.00

Tabla 2

Características de la identificación en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia	
			Absoluta	Relativa
Su mype cumple con las necesidades que los clientes exigen	Siempre	7	IIIIII	87.50
	Casi siempre	1	I	12.50
	Algunas veces	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIIIII	100.00
Consideras que se debe mejorar la calidad del platillo que se ofrece	Siempre	8	IIIIIIII	100.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Algunas veces	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIIIII	100.00
Considera que el tomar decisiones adecuadas mejoraría la calidad del platillo	Siempre	8	IIIIIIII	100.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	A veces	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIIIII	100.00

Tabla 3

Características de la experiencia con los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia	
			Absoluta	Relativa
Tiene la capacidad de planificar actividades antes de llevarlas a cabo	Siempre	7	IIIIII	87.50
	Casi siempre	-	0	0.00
	Algunas veces	1	I	12.50
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIII	100.00
Tiene la capacidad para el entrenamiento del personal	Siempre	7	IIIIII	87.52
	Casi siempre	1	I	12.50
	Algunas veces	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIII	100.00
Establece una buena comunicación con sus colaboradores	Siempre	7	IIIIII	87.50
	Casi siempre	1	I	12.50
	A veces	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIII	100.00

Tabla 4

Características de la satisfacción del servicio a los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia	
			Absoluta	Relativa
Desarrolla la estrategia de comunicación con sus empleados	Siempre	7	IIIIII	87.50
	Casi siempre	-	0	0.00
	Algunas veces	1	I	12.50
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIII	100.00
Aplica técnicas de atención al cliente al momento de interactuar con ella	Siempre	6	IIIII	75.00
	Casi siempre	1	I	12.50
	Algunas veces	1	I	12.50
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIII	100.00
Toma en cuenta las opiniones de sus colaboradores antes de tomar decisiones	Siempre	7	IIIIII	87.50
	Casi siempre	-	0	0.00
	Algunas veces	1	I	12.50
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIII	100.00

Tabla 5

Características del control de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote, 2022

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Genera confianza a la hora de presentar su producto	Siempre	8	IIIIIII	100.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Algunas veces	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIIII	100.00
Una buena planificación permitirá los objetivos	Siempre	7	IIIIII	87.50
	Casi siempre	1	I	12.50
	Algunas veces	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Nunca	-	0	0.00
	Total	8	IIIIIII	100.00

Anexo 8. Figuras

Tabla 1

Características del proceso en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

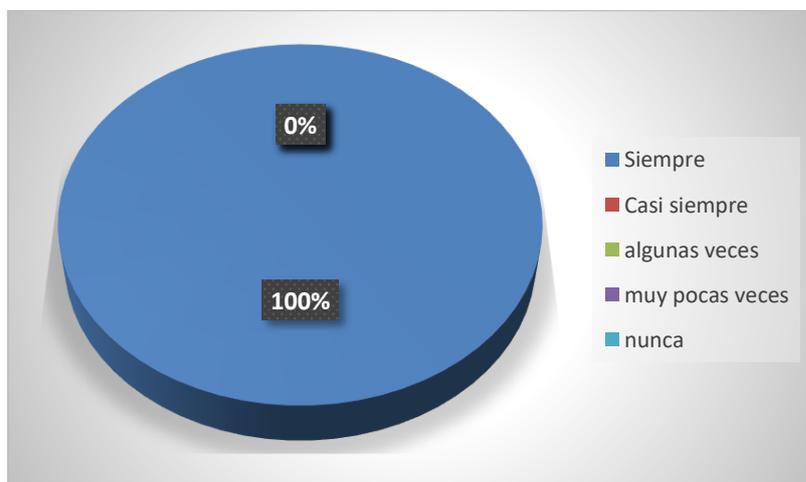


Figura 1. Como líder se debe tener claro los objetivos empresariales

Fuente. Tabla 1

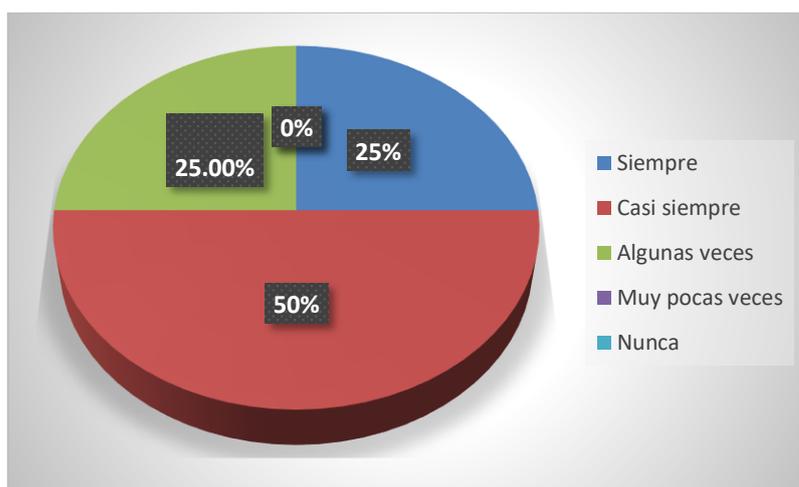


Figura 2. Conoce las técnicas modernas de gestión de calidad

Fuente. Tabla 1

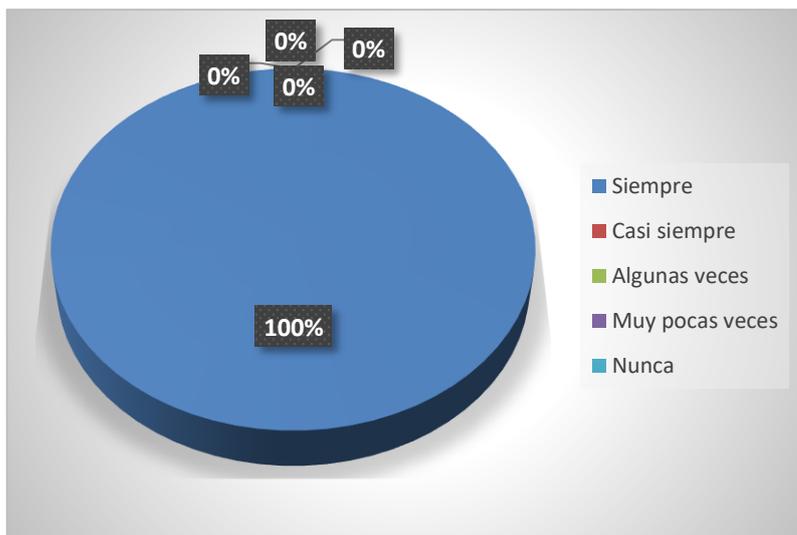


Figura 3. La gestión de calidad contribuye a mejora en rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 1

Tabla 2

Características de la identificación en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

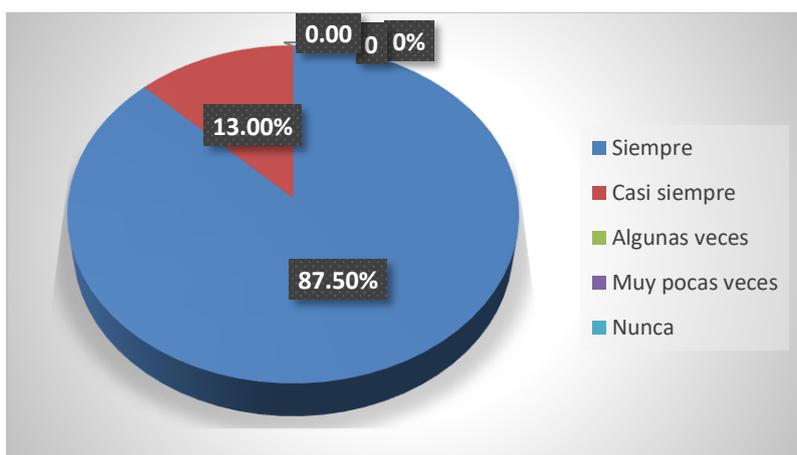


Figura 4. Cumple con las necesidades que los clientes exigen

Fuente. Tabla 2

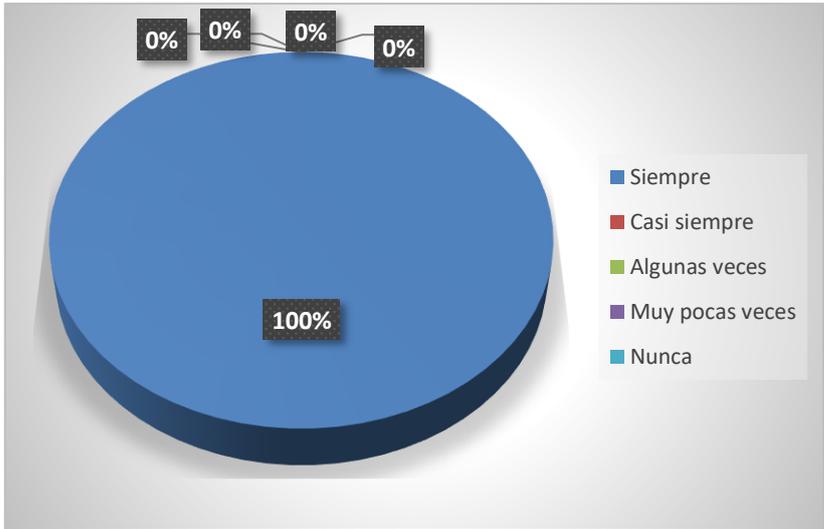


Figura 5. Se debe mejorar la calidad del platillo

Fuente. Tabla 2

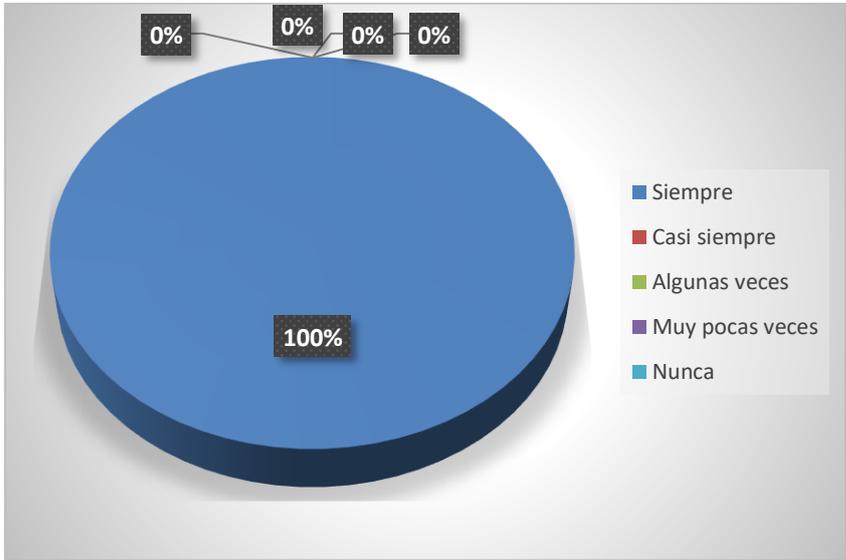


Figura 6. Tomar decisiones adecuadas mejora calidad del platillo

Fuente. Tabla 2

Tabla 3

Características de la experiencia con los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

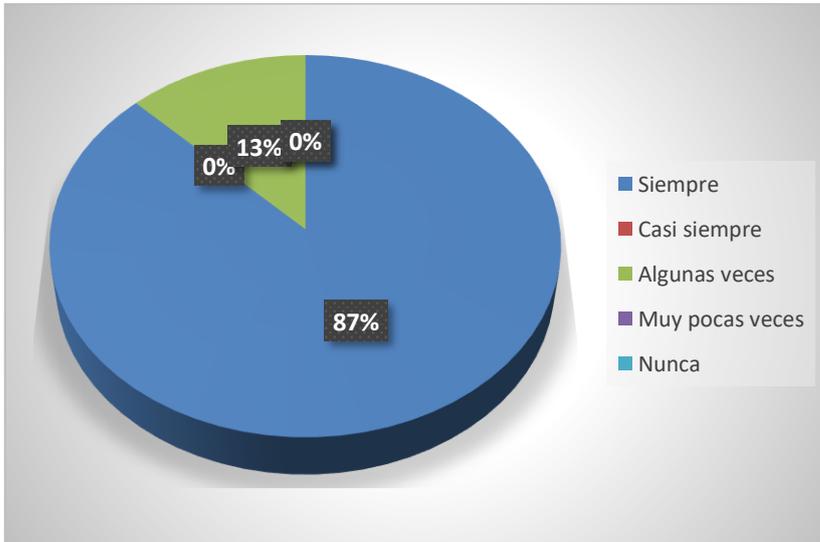


Figura 7. Tiene la capacidad de planificar actividades antes de llevarlas a cabo

Fuente. Tabla 3

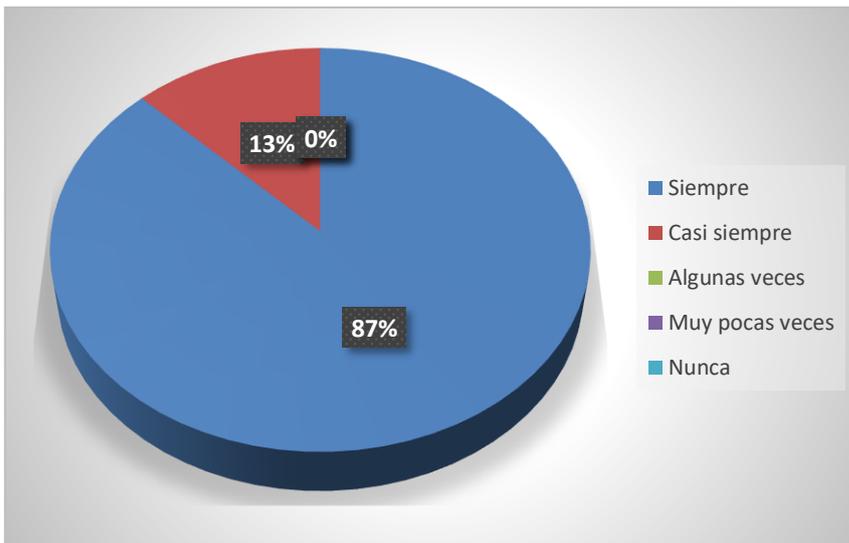


Figura 8. Tiene la capacidad para entrenar al personal

Fuente. Tabla 3

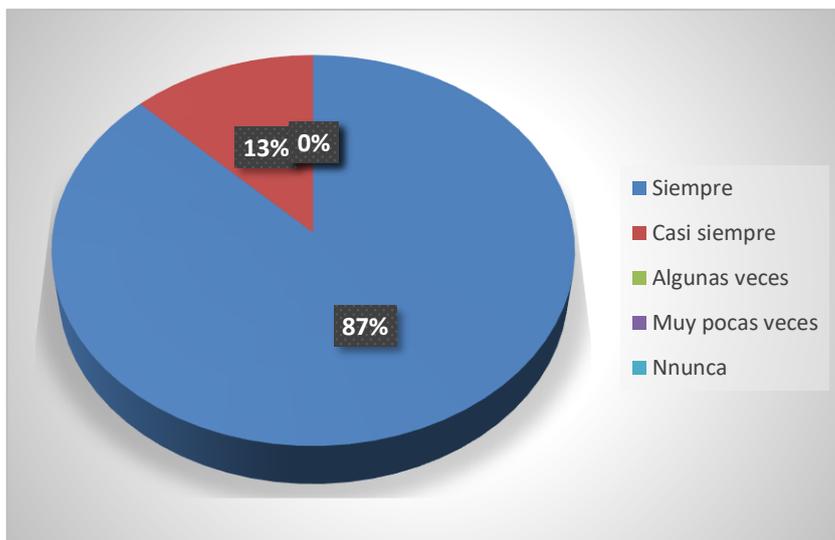


Figura 9. Establece buena comunicación con sus colaboradores

Fuente. Tabla 3

Tabla 4

Características de la satisfacción del servicio a los clientes en las micro y pequeñas empresas, sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022.

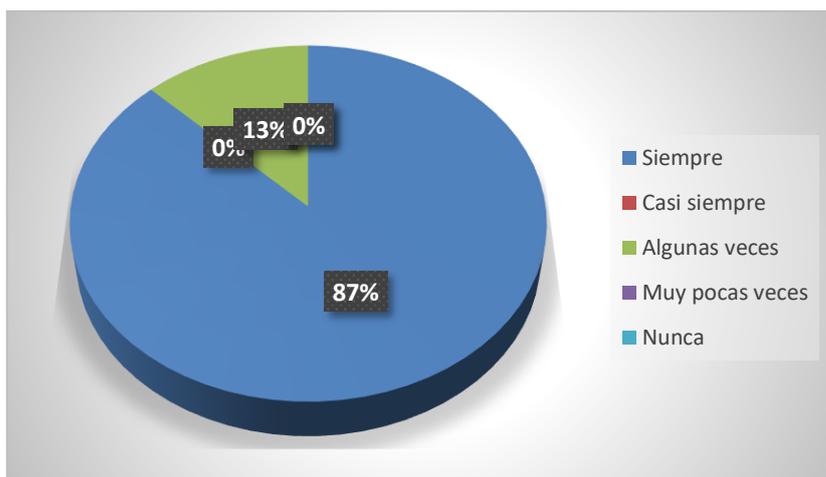


Figura 10: Desarrolla estrategias de comunicación con empleados

Fuente: tabla 4

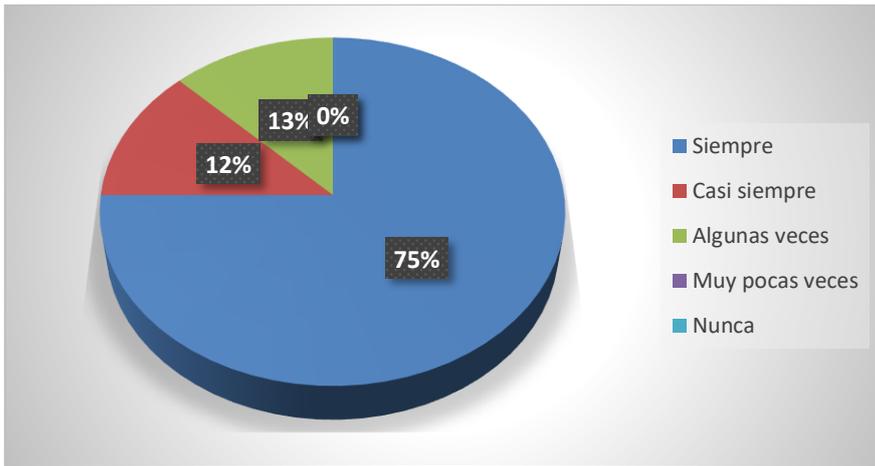


Figura 11. Aplica técnicas de atención al cliente

Fuente. Tabla 4

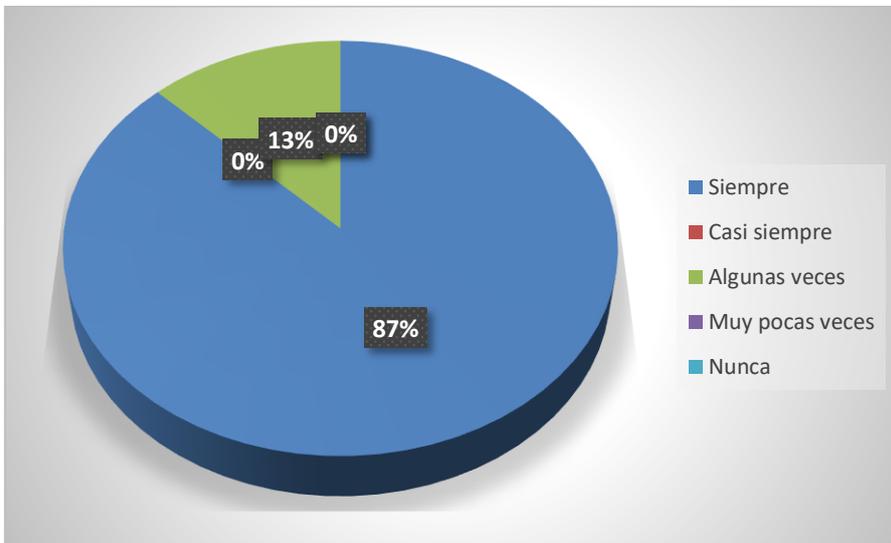


Figura 12. Toma en cuenta opiniones de los colaboradores antes de tomar alguna decisión

Fuente. Tabla 4

Tabla 5

Características del control de calidad en las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022

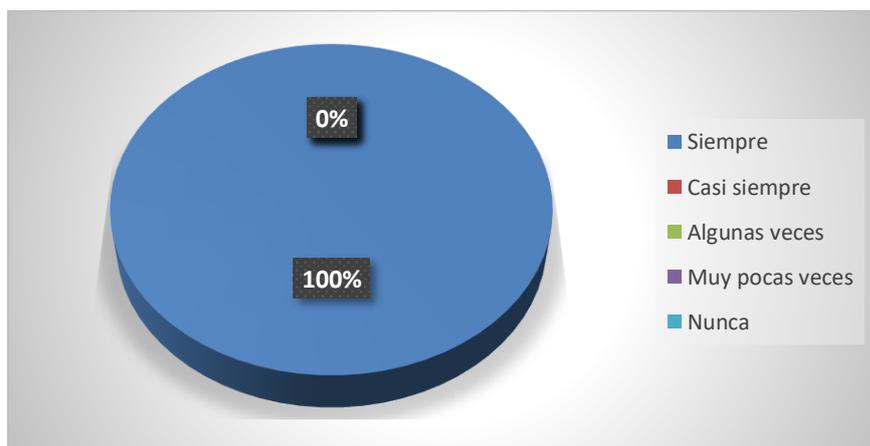


Figura 13. Tiene confianza al presentar su producto

Fuente. Tabla 5

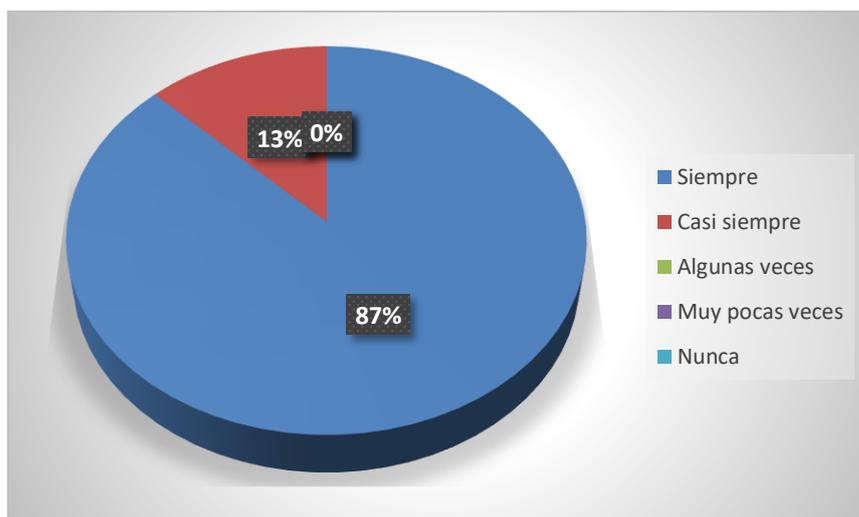


Figura 14. Buena planificación permite objetivos

Fuente. Tabla 5