



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA
LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO ACTIVIDADES DE
RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE
COMIDAS (RECREOS CAMPESTRES) EN EL
DISTRITO DE ACOPAMPA, 2020**

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

**AUTORA
SOLIS BRONCANO, GRIMANESA ASUNCION
ORCID: 0000-0002-0096-4841**

**ASESOR
Ms. C. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO
ORCID: 0000-0002-9053-8175**

**HUARAZ – PERÚ
2021**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Solis Broncano, Grimanesa Asuncion

ORCID: 0000-0002-0096-4841

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

ASESOR

Ms. C. Muñoz Aguilar, Estuardo

ORCID: 0000-0002-9053-8175

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

JURADO

Mgr. Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgr. Azabache Arquinio, Carmen Rosa

ORCID ID: 0000-0001-8071-8327

Miembro

Mgr. Espinosa Otoy, Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0002-7260-5581

Miembro

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgrt. Azabache Arquinio, Carmen R.
Miembro

Mgrt. Espinosa Otoyá, Víctor H.
Miembro

Mgrt. Vilela Vargas, Víctor Hugo
Presidente

Ms. C. Muñoz Aguilar, Estuardo
Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por concederme la dicha de seguir adelante a pesar de las adversidades, por darme fuerzas, por estar conmigo en todo momento, y, sobre todo por darme salud y sabiduría para culminar mis estudios profesionales de manera satisfactoria.

A mi madre, por su apoyo incondicional en todo momento y ser mi motivo para seguir adelante, a mi familia, por brindarme su apoyo y no dejarme sola cada vez que los necesito.

A mis docentes, por sus enseñanzas y ser parte de mi formación profesional, pues sin su apoyo hubiera sido imposible lograrlo.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas (MYPES), rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa 2020, como metodología se planteó una investigación con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal – descriptivo simple, en las que participaron 7 de 11 propietarios de los recreos campestres, como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento un cuestionario de 27 preguntas, obteniendo como resultado que el 57,1% de los propietarios tienen de 51 años a más y son de género masculino; de igual manera, el 100% de estas MYPES son formales y el 85,7% tienen de 11 años a más en el rubro; respecto a la gestión de calidad, el 85,7% de los propietarios manifiestan que siempre definen la gestión de calidad, así mismo, el 100% de los propietarios revelan que siempre establecen sus objetivos para sacar adelante su empresa; referente a la atención al cliente, el 71,4% de los propietarios mencionan que siempre instruyen a sus trabajadores brindar una atención inmediata, como también, el 85,7% consideran que siempre ofrecen un servicio inmediato a sus clientes. Se concluye que la mayoría de los representantes tienen experiencia en el rubro, sus empresas están debidamente formalizados, asimismo definen la gestión de calidad puesto que elaboran planes, establecen sus objetivos y lo ejecutan; al mismo tiempo, ofrecen un servicio inmediato; sin embargo, no brindan atención personalizada.

Palabras clave: Atención al cliente, gestión de calidad, micro y pequeñas empresas, recreos campestres.

ABSTRACT

The objective of this research was to describe the relevant factors of customer service for quality management in micro and small enterprises (MYPES), activities of restaurants and mobile food service (country recreation) in the district of Acopampa 2020, as a methodology, an investigation with a quantitative approach was proposed, descriptive level, non-experimental design - cross-sectional and simple descriptive research was proposed in which 7 out of 11 owners of the rural recreation, as a technique the survey was used and as an instrument a questionnaire of 27 questions, obtaining as a result that 57.1% of the owners are aged 51 years and over and are of male gender; in the same way, 100% of the MYPES are formal and 85,7% are over 11 years old in the business; with regard to quality management, 85.7% of the owners state that they always define quality management, and 100% of the owners reveal that they always set their goals to get their company going; Regarding customer service, 71.4% of the owners mention that they always instruct their workers to provide immediate care, as well as 85.7% consider that they always offer an immediate service to their clients. It is concluded that most representatives have experience in the field, their companies are duly formalized, they also define quality management since they draw up plans, set their objectives and implement it; at the same time, they offer an immediate service; However, they do not provide personalized attention.

Keywords: Customer service, quality management, micro and small businesses, country recreation.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1. Antecedentes	5
2.2. Bases teóricas de la investigación	17
2.3. Marco conceptual	26
III. HIPÓTESIS	29
IV. METODOLOGÍA.....	30
4.1. Diseño de la investigación	30
4.2. Población y muestra	30
4.3. Definición y operacionalización de variables	31
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
4.5. Plan de análisis.....	33
4.6. Matriz de consistencia.....	35

4.7. Principios éticos	36
V. RESULTADOS.....	37
5.1. Resultados	37
5.2. Análisis de los resultados	64
VI. CONCLUSIONES	79
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición y operacionalización de variables.....	32
Tabla 2: Matriz de consistencia.....	35
Tabla 3: Edad de los representantes.....	37
Tabla 4: Género de los representantes.....	38
Tabla 5: Grado de instrucción de los representantes	39
Tabla 6: Cargo que desempeñan los representantes	40
Tabla 7: Tiempo de experiencia en el cargo	41
Tabla 8: Motivo para comenzar con el giro de negocio	42
Tabla 9: Situación legal de la empresa	43
Tabla 10: Tiempo de permanencia en el rubro	44
Tabla 11: Tipo de personal que prefiere para su empresa	45
Tabla 12: Número de trabajadores con que cuentan las empresas	46
Tabla 13: ¿Define la gestión de calidad al momento de identificar a sus clientes?...47	
Tabla 14: ¿Toma en cuenta la gestión de calidad al momento de elaborar el plan de trabajo para su empresa?	48
Tabla 15: ¿Establece objetivos para sacar adelante su empresa?	49
Tabla 16: ¿Ejecuta lo planeado teniendo en cuenta la situación actual de su empresa?	50
Tabla 17: ¿Realiza cambios en su empresa para mejorar su gestión cuando piensa que algo no está bien?	51
Tabla 18: Evalúa los resultados obtenidos de su empresa teniendo en cuenta la gestión de calidad?	52

Tabla 19: ¿Compara los resultados obtenidos con los objetivos trazados en la planificación para tomar medidas correctivas?	53
Tabla 20: ¿Realiza acciones correctivas para implementar en su empresa?	54
Tabla 21: ¿Toma en cuenta las conclusiones anteriores al momento de poner en práctica los cambios realizados en su empresa?	55
Tabla 22: ¿Instruye a sus trabajadores para brindar una atención inmediata a sus clientes?	56
Tabla 23: ¿Ofrece un servicio inmediato a sus clientes para satisfacer sus necesidades?	57
Tabla 24: ¿Recomienda a su personal brindar un buen trato a sus clientes?	58
Tabla 25: ¿Analiza y elabora alguna estrategia para atraer más clientes a su empresa?	59
Tabla 26: ¿Su personal está debidamente capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes?	60
Tabla 27: ¿Su personal aplica sus habilidades para ganarse la confianza de sus clientes?	61
Tabla 28: ¿Brinda una atención personalizada para dar facilidades a sus clientes?	62
Tabla 29: ¿La infraestructura de su empresa está de acorde a las expectativas del cliente?	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edad de los representantes	37
Figura 2: Género de los representantes	38
Figura 3: Grado de instrucción de los representantes	39
Figura 4: Cargo que desempeñan los representantes	40
Figura 5: Tiempo de experiencia en el cargo	41
Figura 6: Motivo para comenzar con el giro de negocio	42
Figura 7: Situación legal de la empresa	43
Figura 8: Tiempo de permanencia en el rubro	44
Figura 9: Tipo de personal que prefiere para su empresa	45
Figura 10: Número de trabajadores con que cuentan las empresas	46
Figura 11: ¿Define la gestión de calidad al momento de identificar a sus clientes?	47
Figura 12: ¿Toma en cuenta la gestión de calidad al momento de elaborar el plan de trabajo para su empresa?	48
Figura 13: ¿Establece objetivos para sacar adelante su empresa?	49
Figura 14: ¿Ejecuta lo planeado teniendo en cuenta la situación actual de su empresa?	50
Figura 15: ¿Realiza cambios en su empresa para mejorar su gestión cuando piensa que algo no está bien?	51
Figura 16: Evalúa los resultados obtenidos de su empresa teniendo en cuenta la gestión de calidad?	52
Figura 17: ¿Compara los resultados obtenidos con los objetivos trazados en la planificación para tomar medidas correctivas?	53

Figura 18: ¿Realiza acciones correctivas para implementar en su empresa?	54
Figura 19: ¿Toma en cuenta las conclusiones anteriores al momento de poner en práctica los cambios realizados en su empresa?	55
Figura 20: ¿Instruye a sus trabajadores para brindar una atención inmediata a sus clientes?	56
Figura 21: ¿Ofrece un servicio inmediato a sus clientes para satisfacer sus necesidades?	57
Figura 22: ¿Recomienda a su personal brindar un buen trato a sus clientes?	58
Figura 23: ¿Analiza y elabora alguna estrategia para atraer más clientes a su empresa?	59
Figura 24: ¿Su personal está debidamente capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes?	60
Figura 25: ¿Su personal aplica sus habilidades para ganarse la confianza de sus clientes?	61
Figura 26: ¿Brinda una atención personalizada para dar facilidades a sus clientes?	62
Figura 27: ¿La infraestructura de su empresa está de acorde a las expectativas del cliente?	63

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad caracterizar los factores relevantes de la atención al cliente, por ser una variable de significativa importancia para la implementación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, pues son estrategias que a través de ellas una empresa busca relacionarse con sus clientes actuales o potenciales durante el proceso de adquisición de un bien o servicio tal como lo manifiesta (Arenal, 2019).

López (2018) refiere que en la ciudad de Guayaquil – Ecuador, las micro y pequeñas empresas relacionados al rubro de restaurantes, carecen de conocimientos referente a gestión de calidad relacionado con la atención al cliente, así mismo, no toman en cuenta las estrategias de una mejora continua en sus establecimientos y no brindan una atención inmediata a sus clientes, razón por lo que no siempre logran satisfacer las necesidades de los consumidores. Asimismo, para Jave (2018) la atención al cliente en el restaurante campestre “La Querencia” de la provincia de Cajamarca padece de una problemática en cuanto a la calidad del servicio que ofrecen debido al poco conocimiento en gestión de calidad de su representante, de igual manera la baja capacidad de respuesta por parte de los colaboradores del establecimiento, ocasionan una baja fidelidad en sus clientes externos puesto que no brindan una atención inmediata, originando estos resultados.

De igual manera, Rosas (2019) realiza un aporte relacionado a la atención del cliente bajo el enfoque de gestión de calidad en las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Huaraz, en las que se identificaron que la mayoría de los representantes no toman la debida importancia en aplicar una correcta gestión de calidad en atención al cliente en sus establecimientos, por lo que presentan muchas

dificultades para gestionar una adecuada atención al cliente, lo mismo ocurre con sus colaboradores puesto que no tienen la debida capacidad de respuesta para brindar una atención inmediata a sus clientes.

Similar caso ocurre con las MYPES relacionadas al rubro de restaurantes (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, puesto que algunos propietarios presentan deficiencias referente a gestión de calidad y atención al cliente por lo que dejan todo en mano de sus colaboradores, las mismas que no tienen la capacidad de respuesta inmediata para atender a los clientes que acuden a sus establecimientos; esto demuestra que no están debidamente preparados para asumir grandes responsabilidades y en consecuencia, no brindan un buen servicio de atención al cliente.

Por todo lo dicho anteriormente, el planteamiento del problema se dio de la siguiente manera: ¿cuáles son las principales características de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020?

Según el problema propuesto el objetivo general es: describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.

Para dar cumplimiento al objetivo general, se establecen los siguientes objetivos específicos: 1) Mencionar las principales cualidades de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020, 2) Detallar

las principales cualidades de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020, 3) Definir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020, y, 4) Analizar los factores relevantes de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.

Por todo lo dicho, la presente investigación se justifica porque busca determinar los factores relevantes de la atención al cliente y hasta donde es posible que éstas puedan aumentar la gestión de calidad dentro de los recreos campestres, puesto que son ellos (representante y empleados) quienes están al frente de la organización y de los clientes. De la misma forma esta investigación ejercerá como soporte para que se logre proseguir, contribuir y producir nuevas investigaciones vinculados a gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES, del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa.

La metodología aplicada en la presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, ya que los resultados se midieron con métodos numéricos, se tomó el nivel descriptivo porque nos permitió describir las características de la variable; se aplicó el diseño de investigación no experimental – transversal y descriptivo simple, porque que solamente se describieron las unidades de estudio y solo se intervino en la población en una sola oportunidad, siendo este al momento de aplicar las encuestas.

Los resultados que se obtuvieron en la presente investigación fueron: respecto a las características de los representantes, el 57,1% tienen la edad de 51 años a más, son de género masculino, tienen el grado de instrucción superior universitario y el 100% son dueños; respecto a las características de las MYPES, el 100% son formales, el 85,7% tienen de 11 años a más en el rubro y el 42,8% prefieren trabajar con familiares; respecto a la gestión de calidad, el 85,7% siempre definen la gestión de calidad, el 100% siempre establecen sus objetivos, el 71,4% siempre ejecutan lo planeado; referente a la atención al cliente, el 71,4% siempre instruyen a sus trabajadores a brindar una atención inmediata, el 85,7% siempre ofrecen un servicio inmediato a sus clientes y el 42,9% siempre brindan una atención personalizada.

En conclusión, se describió los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, logrando identificar las fortalezas y debilidades de cada uno de los gerentes, encontrando que la mayoría de las MYPES aplican la gestión de calidad en atención al cliente, así mismo, la mayoría de los representantes definen la gestión de calidad, establecen sus objetivos, ejecutan lo planeado, ofrecen un servicio inmediato; sin embargo, no brindan atención personalizada.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Nivel internacional

Rivera (2019) en su tesis titulado *Calidad de servicios y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del Catón Alausí*, tuvo como objetivo general analizar cuál es la relación entre la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí. La metodología se basó en un tipo de investigación documental y de campo, diseño descriptivo correlacional, no experimental – transversal, la técnica que se empleó fue la encuesta y como instrumento un cuestionario de 18 preguntas dirigidos a 172 turistas y visitantes que forman parte de la muestra en estudio, obteniendo como resultado, que el 28% de los turistas mencionan que el cumplimiento del servicio es regular, el 42% de los turistas mencionan que la eficiencia durante el servicio es regular, el 43% de los turistas mencionan que la resolución de problemas del personal de servicio es regular, el 33% de los turistas mencionan que el registro y pedido de facturación es regular, el 30% de los turistas mencionan que la comunicación del personal durante el servicio es regular, el 31% de los turistas mencionan que la disponibilidad del personal de servicio para ayudar al cliente es regular, el 27% de los turistas mencionan que la aclaración de inquietudes por parte del personal de servicio es regular, el 28% de los turistas mencionan que la confianza que transmite el personal de servicio durante la atención es regular, el 31% de los turistas mencionan que la amabilidad del personal de servicio durante la atención es regular, el 35% de los turistas mencionan que los conocimientos de servicio que posee el personal para la atención es regular, el 28% de los turistas mencionan que la

utilización de equipos modernos es regular, el 27% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la pulcritud del personal de servicio es regular, el 30% de los turistas mencionan que las instalaciones atractivas y la señalética adecuada es regular, el 27% de los turistas mencionan que diseño de materiales como: menú, folletos y publicidad es regular, el 24% de los turistas mencionan que la atención personalizada durante el servicio es bueno, el 30% de los turistas mencionan que los horarios de trabajos convenientes es regular, el 30% de los turistas mencionan que la atención de intereses por parte del personal de servicio es regular y el 34% de los turistas mencionan que la comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio es bueno. En conclusión, la calidad del servicio tiene relación con la satisfacción al cliente, comprobada con el programa estadístico SPSS mediante la aplicación del método Rho de Spearman, arrojando como resultado 0,536 con una correlación altamente positiva. Es importante la implementación del manual de calidad para los establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí para que se logre la satisfacción de los clientes.

Del Cid (2018) en su tesis titulado "*Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa.*", tuvo como objetivo determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante de comida rápida Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa, se tomó como parte de estudio a 361 clientes de ambos sexos, se aplicaron encuestas elaboradas por el investigador y fue de tipo descriptiva. Como resultado se encontró que la mayoría son hombres con 64% y están comprendidos en la edad de 18 a 50 años o más, el 31% de los clientes son comerciantes, el 74% visitan el restaurante en su mayoría para desayunar y

almorzar con una frecuencia de 1 vez al mes. En cuanto a la calidad de atención al cliente por parte de los empleados del servicio, el 56% de los encuestados respondió que la prontitud en que fue tomada su orden fue excelente, en cuanto al trato, amabilidad y profesionalidad del personal el 52% de los encuestados califican como excelente, el 43% de clientes encuestados califican como excelente la rapidez del servicio, mientras que el 40% de los encuestados califica las instalaciones del restaurante como buenas, demostrándose así que los clientes están satisfechos y la califican de excelente y bueno, comprobando lo motivado y preparado que están los colaboradores del servicio por la buena selección, contratación y capacitación que se brindó por parte de la gerencia. Como conclusión se menciona que los clientes perciben la calidad del servicio como bueno o aceptable, estando satisfechos con la mayoría, menos con la temperatura ambiente, área de juegos, servicio de baños, la disponibilidad y condiciones del parqueo, siendo calificados de regular y malos.

López (2018) en su tesis titulado *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, tuvo como objetivo general determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente, la metodología que se utilizó fue de tipo descriptivo con un enfoque mixto con una investigación cuantitativa, la obtención de la información se realizó a través de encuestas dirigidas a 365 clientes que consumen en el restaurante Rachy's, como instrumento se aplicó un cuestionario de 22 preguntas encontrando los siguientes resultados: La edad promedio de los encuestados es de 42 años, siendo el 50% del género masculino, el 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que las

instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante, el 67% de los clientes encuestados están de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva, el 49% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra, el 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa, El 47% de los clientes encuestados están de acuerdo que el personal del restaurante Rachy's le comunica cuando no va a presentar sus servicios y porqué, el 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante Rachy's ofrece un servicio rápido, el 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos, el 44% de los clientes encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que el comportamiento del personal del restaurante le inspira confianza., el 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante son amables, el 47% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas, el 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada, el 36% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante comprende las necesidades alimenticias de sus clientes, el 79% de los clientes no se encuentra ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio del restaurante, el 51% de los clientes no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que el servicio prestado cumplió con sus expectativas. En conclusión, podemos decir que tienen buenas instalaciones y cuentan con la aprobación del cliente, pero deben utilizar estrategias para mejorar la atención

personalizada ya que es importante para lograr el éxito y la buena imagen de la empresa.

Nivel nacional

Samanez (2019) en su tesis titulado *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Sayán, provincia de Huaura, año 2019*, tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Sayán, provincia de Huaura año 2019. La metodología de la presente investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo y diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo, se tomó una muestra de 30 restaurantes, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario llegando a los siguientes resultados: el 63% tienen una edad de entre 31 a 50 años, el 77% de los encuestados son de género masculino, el 37% tienen el grado de instrucción técnica, el 50% tienen de 6 a 10 trabajadores, el 73% de las MYPES son formales, el 54% tienen de 4 a 6 años en el mercado, el 70% no aplica una Gestión de Calidad, el 37% no utilizan ninguna técnica de gestión, el 53% tienen como prioridad los precios bajos, el 37% tienen como prioridad ante sus clientes los potajes de calidad, el 40% prefieren dar oportunidad de trabajo a sus amigos, el 53% no capacitan a sus colaboradores, el 57% no se adecuan a ningún factor externo cambiante, el 43% creen que una buena atención de calidad contribuye al aumento de ventas para el negocio. Por lo tanto, se concluye que la mayoría no aplica una gestión de calidad; sin embargo, precisan que usan técnicas de gestión, así mismo, la mayoría de las MYPES son formales y tienen de 4 a 6 años con el giro de negocio.

Gaviria (2018) en su tesis titulado *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017*, tuvo como objetivo general determinar la influencia de gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicios, clúster Restaurant Turístico, distrito de Yarinacocha año 2017, la metodología que empleó esta investigación fue de tipo descriptivo, diseño no experimental – transversal, correlacional, su población fue conformada por 27 MYPES del rubro y se tomó como muestra a 25 de ellos. Obteniendo como resultados: el 64% de los representantes tienen de 40 a 49 años, son género femenino, no tienen formación académica, el 44% trabaja de manera empírica, el 80.0% están formalizados, el 40% de los negocios tienen de 4 a 8 años en el mercado, el 72% tienen de 5 a 8 trabajadores; y, el 60,0% tiene a sus trabajadores en planilla. Respecto a gestión, el 76,0% no aplica técnicas de calidad; el 68,0% no definieron ni exhiben su misión y visión, el 60% carecen de plan de negocios, el 82% no conocen ninguna técnica para la solución de problemas. Respecto a atención al cliente, el 52% cuentan con la infraestructura para brindar servicio adecuado, el 88,0% no tienen establecido un protocolo de atención al cliente; 84,0% no atienden las sugerencias del cliente para mejorar el nivel de servicio. En la presente investigación se concluye, que la mayoría de los propietarios cuentan con experiencia en el rubro ya que son personas adultas y en su mayoría son mujeres; sin embargo, no tienen formación académica, aunque en su mayoría las MYPES están formalizadas.

Ponce (2018) en su tesis titulado *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres*

del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017, tuvo como objetivo general, describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017, la metodología de la investigación se llevó a cabo utilizando un diseño no experimental - transversal y descriptivo, para el recojo de información se contó con una muestra y población de 16 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario con 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: el 68.75% tienen de 31 a 50 años, el 62.5% son del sexo femenino, el 43.95% cuentan con el grado de instrucción secundaria, el 62.50% son dueños, el 50.00% cuentan con 1 a 5 trabajadores, el 87.50% cuentan con 7 años a más de permanencia en el rubro, el 81.25% aplica una gestión de calidad en atención al cliente, el 56.25% utilizan la mejora continua como técnica moderna de gestión empresarial, el 56.25% consideran como prioridad para determinar la calidad en su empresa la calidad del producto, el 43.75% considera la amabilidad y buen trato como prioridad ante sus clientes, el 75% considera la competitividad al momento de contratar personal, el 93.75% no realiza capacitaciones sobre atención al cliente, el 68.75% cree que una atención de calidad contribuye en el aumento de ventas y el 56.25% considera que sus empresas cuentan con un buen clima laboral; llegando a las siguientes conclusiones: la mayoría de las MYPES encuestadas están aplicando una gestión de calidad usando la técnica de mejora continua, y consideran que la amabilidad y buen trato contribuyen al aumento de las ventas en su negocio.

Nivel regional

Díaz (2019) en su tesis titulado *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, nuevo*

Chimbote, 2016, tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2016; la metodología aplicada tuvo un enfoque descriptivo de diseño no experimental – transversal, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario conformado por 19 preguntas a través de la técnica de la encuesta, de las cuales se obtuvo los siguientes resultados: el 70.0% son de género masculino y administran su propio negocio, el 60.0% tienen entre 31 y 50 años, el 60.0% cuentan con 1 a 5 trabajadores y su objetivo de la creación de la empresa fue para subsistir, el 40.0% afirmaron estar en el mercado operando entre 0 a 3 años, el 100% afirman que utilizan la observación para medir el rendimiento del personal, el 80.0% afirman que la atención que brinda a sus clientes es buena, el 70.0% conocen el término Gestión de Calidad, lo cual, ha contribuido a mejorar el rendimiento de las MYPE, el 60.0% afirman no conocer técnicas modernas de gestión de calidad, el 40.00% afirman que no se adaptan a los cambios. Por lo que concluye, que la mayoría si aplican gestión de calidad en atención al cliente debido a que consideran que la atención que brindan es buena.

Bueno (2018) en su tesis titulado *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urb. 21 de abril, Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la urbanización 21 de abril, Chimbote, Ancash, Perú 2016. La metodología empleada fue de nivel descriptivo

con diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 8 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicaron un cuestionario de 22 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 62,5% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 50.0% son de género femenino y masculino respectivamente, el 50,0% tienen grado de instrucción secundaria, el 75.0% son los dueños, el 50.0% tienen entre 4 a 6 años en el cargo, el 62.5% tienen de 4 a 6 años en el rubro, el 87.5% no laboran con familiares, el 62.5% tienen como objetivo generar ganancias, el 62.5% no conocen el término gestión de calidad, el 62.5% utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión, el 75.0% aseguran que tiene dificultades para implementar la gestión de calidad puesto que no se adaptan a los cambios, el 62.5% aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, el 62.5% conocen el término atención al cliente, el 50.0% utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, el 62.5% consideran que la atención que brindan es buena, el 51% reconoce que está brindando una mala atención por no contar con suficiente personal, el 37.5% han logrado obtener fidelidad de los clientes. Llegando a la conclusión, que la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad en atención al cliente, dado que utilizan la confianza como un elemento diferenciador para mejorar la fidelidad de los clientes.

Antúnez (2017) en su tesis titulado *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016*, tuvo como objetivo general determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney,

2016, utilizó como metodología de investigación el diseño no experimental – transversal – descriptivo, se obtuvo una población de 26 MYPES de las cuales se tomaron una muestra a 22 representantes, obteniéndose los siguientes resultados: el 72,7% tienen de 31 a 50 años de edad, el 63,6% son de género masculino, el 45,5% tienen un grado de instrucción superior, el 63,6% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 59,1% son informales, el 68,2% tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 59,1% aplican una gestión de calidad, el 40,9% utilizan la mejora continua como técnica de gestión, el 50% planifican sus actividades, el 36,4 % consideran el buen trato como prioridad ante sus clientes, el 59.1% creen que una atención de calidad contribuye al aumento de ventas y el 54,5 % no capacitan a sus colaboradores en atención al cliente. Terminada la investigación se llegó a la conclusión que la mayoría de los representantes son adultos, son de género masculino, no tienen un grado de instrucción superior, la mayoría de las MYPES tienen de 1 a 5 trabajadores, son informales y tienen una permanencia de 0 a 3 años de negocio en el rubro.

Nivel local

Ramírez (2019) en su tesis 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 general determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019. La metodología que usó fue el diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población estuvo conformada por 18 representantes de las Micro y pequeñas empresas, con una muestra de 10 representantes del sector servicios rubro restaurantes, la técnica

utilizada fue encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Resultados: el 60% de los representantes tienen de 31 a 51 años de edad, el 70% tienen como objetivo generar ganancias, el 30% utilizó equipos modernos. Como conclusión, se obtuvo que solamente la minoría de las MYPES presentan equipos e inmuebles modernos en sus restaurantes, mientras la mayoría afirmaron que los servicios que ofrecen son fiables; solamente la mitad de los dueños interactúan con clientes sobre los servicios que ofrecen los restaurantes, la mayoría están atentos a los problemas del cliente y la minoría practican las políticas empresariales cumpliendo con lo establecido.

Rosas (2019) en su tesis 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*, identificó como objetivo general 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 metodología de investigación fue de diseño no experimental – transversal y descriptivo, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 33 MYPES a quienes se les aplicó 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 de 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% 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.

Espinoza (2018) en su tesis titulado *“Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el Restaurante Turístico Don Kike de la ciudad de Huaraz, Ancash – Perú, 2018*, tuvo como general determinar la incidencia existente entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el Restaurante Turístico Don Kike de la Ciudad de Huaraz, como metodología de investigación se utilizó un diseño no experimental de corte transversal, con un enfoque explicativo y un método cuantitativo, como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario que fue aplicado a 40 clientes del restaurante turístico Don Kike, encontrando como resultado que, el 82.9% los encuestados consideran que siempre y casi siempre en el restaurante el personal que atiende demuestra estar capacitado, el 74.3% de los encuestados considera que siempre y casi siempre en el restaurante el personal que le atiende practica la amabilidad, el 67.1% de los encuestados consideran que siempre y casi siempre en el restaurante desde que

ingresan practican la cordialidad, el 67.1% de los encuestados consideran que siempre y casi siempre el mozo que le atiende siente que entienden sus necesidades, el 78.5% de los encuestados consideran que siempre y casi siempre en el restaurante las veces que asistió le atendieron con puntualidad, el 71.4% de los encuestados consideran que siempre y casi siempre el servicio que reciben es de forma personalizada, el 58.6% de los encuestados consideran que siempre y casi siempre en el restaurante la recepción de los mozos es buena. Por último, se concluye que existe una relación positivamente entre el nivel de Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente, puesto que el personal está debidamente capacitado, atiende con amabilidad, entienden sus necesidades, ofrecen un servicio rápido, la atención es de forma personalizada y buena.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Gestión de calidad

Para Cuatrecasas y Gonzáles (2017) el término calidad es definido como un grupo de cualidades con que cuenta un producto o servicio, además del talento para satisfacer las necesidades del cliente; de igual manera debe cumplir con ciertos atributos y determinaciones en base a su función, las mismas que son establecidas en cuatro periodos según su evolución resumidas de la siguiente manera:

1. Inspección

Periodo donde los productos son verificados al momento de su salida, mejor dicho, posterior a su fabricación y anterior a ser distribuidos para los consumidores, en esta verificación los productos que no cumplan con las características específicas requeridas son desestimados. Todos los productos pasan por un filtro especial con lo que se garantiza que llegue al mercado los que se encuentren en buenas condiciones.

2. Control del producto

En este periodo se llevan a cabo los muestreos de los productos que son dirigidos al cliente, llevándose a cabo de manera estadística, de tal manera que cualquier deficiencia sea detectada antes que lleguen a manos de los consumidores por medio de la verificación de los muestreos escogidos.

3. Control del proceso

Etapa en la que los productos no solo son verificados al final de su elaboración sino durante todo el proceso de su fabricación para prevenir algunas faltas de las características de los productos, siendo capacidad de todas las áreas de la organización el cumplimiento de este proceso de control.

4. Gestión de la calidad total (GCT)

Etapa donde la calidad no solo es dirigida al producto o servicio, sino que es extendida a toda la organización para el cumplimiento de sus objetivos y el desarrollo organizacional de la misma, convirtiéndose en calidad total que incluye además de los productos a todos los integrantes de la organización y a todas las áreas que conforma la misma, donde el papel del líder será primordial para el logro de sus objetivos y el progreso de la empresa.

Mientras que Jabaloyes et al. (2020) mencionan que la gestión de calidad son procedimientos o técnicas que se llevan a cabo a través de registros existentes en cada empresa para demostrar el nivel de desempeño y sistema de calidad con que cuenta cada organización, en base a eso ofrecer al cliente un buen producto o servicio. Es así que, a continuación, detallamos los principales procedimientos:

a. Control de calidad por inspección

Al inicio el control de calidad se limitaba a verificar la calidad del producto semiacabado, se desconocía el tema de calidad y no utilizaban ninguna estrategia para realizar con calidad y eficiencia, pensando que elaborar un producto de calidad salía muy caro; sin embargo, la gestión de calidad demuestra lo contrario, en vez de ser costoso ayuda a mejorar el producto y elaborar mejores estrategias para el crecimiento de la empresa.

b. Calidad cero defectos

En la realidad es muy difícil llegar al 100% en cuanto a la calidad, pero siempre debe ser tomado como modelo para una mejora constante que contribuya a la calidad del producto.

c. Círculos de calidad

Una de las cosas que podría afectar el desarrollo de la calidad son las personas y su actitud frente a ella, desconociendo que la calidad se logra con la interrelación de todo el entorno de la empresa.

d. Control estadístico de la calidad

Es una herramienta de carácter obligatorio para el “diseño, gestión y control de calidad” que contribuyen al estudio del sistema de calidad.

e. Control total de la calidad

Está relacionado con la calidad y su manejo reconociendo al problema como un todo, es decir no solo verifica parámetros y variables sino también se involucra en todas las etapas de producción e interrelación.

En base a eso, las ISO – 9001 contienen varias normas de los “sistemas de gestión de calidad” y están fundamentadas en dos normas más específicas, siendo

éstas la ISO – 9001 y la ISO – 9004, por tal motivo explica que la norma ISO – 9001 es parte de una garantía para el que produce por parte de una institución del exterior conocido a nivel internacional.

En tanto Lizarzaburu et al. (2018) mencionan que en base a lo establecido en la Norma ISO 9001, un organismo debe instaurar, autorizar, poner en práctica y conservar un “sistema de gestión de la calidad”, así mismo supervisar su operatividad en base a los requisitos que brinda esta “Norma Internacional”.

Para lo cual se establecen procesos para llevar a cabo un “sistema de gestión de la calidad” la cual busca adaptarse por medio de instituciones, para seguir ciertos procesos en base a criterios y métodos para consolidar la operación y el control de los procesos y que éstos sean eficientes, asimismo, se debe tener la seguridad de los recursos e informaciones necesarias para reforzar el funcionamiento y continuidad de estos procesos, aplicar actos necesarios en pro de lograr los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.

La Norma ISO 9001, en su publicación en el 2015 menciona siete principios de gestión de la calidad, siendo estas las siguientes:

- 1. Enfoque al cliente;** las entidades son dependientes de sus clientes; por tanto, deben entender sus necesidades recientes y futuras, satisfacer sus requerimientos y hacer lo posible por superar su atención.
- 2. Liderazgo;** los líderes son los que orientan y determinan un propósito en la organización, a su vez deben producir y conservar un espacio adecuado donde el personal se sienta involucrado y así contribuir con el logro de los objetivos empresariales.

3. **Participación del personal;** el personal es considerado parte importante de una organización, ya que demuestra un compromiso total utilizando sus habilidades para el beneficio de la empresa.
4. **Enfoque basado en procesos;** para lograr los resultados deseados se debe trabajar con más energía para que las actividades y los recursos relacionados sean gestionados como un proceso.
5. **Mejora continua;** la mejora continua del desempeño general en una organización debe ser su objetivo firme.
6. **Toma de decisiones basada en evidencia;** estas decisiones son basados en el análisis de datos e información.
7. **Gestión de las relaciones;** una organización y sus clientes son interdependientes, en el sentido que, una depende de la otra para crear valor y aumentar la capacidad de ambos.

Sin embargo, Jabaloyes et al. (2020) manifiestan que para obtener mejores resultados en una organización, es necesario conocer las cuatro etapas del ciclo de Deming, ya que esto permitirá generar acciones al momento de brindar un servicio de calidad al cliente. Como ya es sabido Deming, diseña una estrategia para realizar un trabajo de mejora continua en cuatro pasos conocidos como el ciclo de Deming, siendo diseñado en un primer momento por Walter A. Shewhart en 1920 y utilizado por el “sistema de gestión de la calidad” en toda organización para brindar un producto o servicio. Estos procesos establecidos por las organizaciones es el ciclo PHVA atribuido al ISO 9001.

Planear (Plan)

Primera etapa del ciclo de Deming en la que se identifican a los clientes para elaborar un plan de trabajo y establecer objetivos trazados en una organización, logrando de esa manera desarrollar las características de los servicios brindados.

Hacer (Do)

Segunda etapa que consiste en ejecutar lo planeado por la organización y dependiendo en qué situación se encuentre realizar cambios y de ser necesario ver en que se ha ido trabajado mal para mejorar.

Verificar (Check)

En esta etapa se evalúan los resultados obtenidos para comparar con los objetivos trazados en la planeación, en caso no se haya cumplido con lo establecido ver en que se está fallando, encontrar la deficiencia y elaborar informes para llegar a una conclusión acertada.

Actuar (Act)

Es la etapa donde termina el proceso, en la que se toman en cuenta las conclusiones anteriores para ver si los resultados fueron favorables y poner en práctica los cambios, de lo contrario descartar y realizar un nuevo plan de mejora.

Así mismo, para la realización de estas fases se emplean variados métodos y estrategias de perfeccionamiento que sirven como apoyo para el logro de los objetivos trazados en una determinada organización. Por último, cabe mencionar que el ciclo de Deming no es más que llevar a cabo las cosas de manera correcta y ordenada aplicando la lógica, siendo puesto en práctica no solo para la fijación del perfeccionamiento, sino también puede ser utilizado en diferentes posiciones y movimientos (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

2.2.2. Atención al cliente

Según las normas ISO, tomar en cuenta una adecuada consideración a la calidad del servicio, es aumentar el servicio de la misma y el agrado del cliente, en el sentido que, se debe hacer caso las interrelaciones personales como un componente fundamental de la calidad del servicio, fomentar las habilidades y capacidades del trabajador para lograr las perspectivas del cliente, de manera tal que el cliente termine contento (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

En tanto, una de las principales estrategias que se utilizan para alcanzar el éxito de la organización es tomar en cuenta primero al cliente tanto interno como externo, en este enfoque de atención al cliente no se debe limitar esfuerzos puesto que ahí se debe tomar importancia al cliente y al personal que atiende de forma directa (Domínguez, 2018).

Mientras que, Arenal (2019) menciona que son actos o estrategias que a través de ellas una empresa busca relacionarse con sus clientes actuales o potenciales durante el proceso de adquisición de un bien o servicio, con la finalidad de que el cliente se sienta satisfecho. Como principal objetivo de la atención del cliente es ver cómo se comporta el cliente y sostener una relación directa con ellos para poder aclarar alguna inquietud o reclamo que tengan.

Asimismo, Izquierdo (2019) sostiene que las personas encargadas de este servicio deben estar preparados y cumplir con las funciones siguientes:

- Atender y solucionar los pedidos, inquietudes o reclamos de los clientes.
- Obtener la información brindada por el cliente para evaluar sus preferencias y tomar en cuenta para ventas futuras.
- Buscar resolver problemas que puedan presentarse en la posventa.

Po todo ello, Arenal (2019) identifica cinco elementos importantes para una buena atención al cliente, siendo éstas:

Capacidad de respuesta

Es estar dispuestos a brindar ayuda al cliente de manera inmediata para la satisfacción de la misma, de esta manera se busca satisfacer las necesidades del cliente y así lograr una buena imagen de la empresa.

Cortesía

Es la manera como se brinda atención al cliente, esta debe ser amable, con respeto y siempre se debe dar un buen trato, de esa manera se logrará atraer más clientes.

Fiabilidad

Significa ser fiel al cliente, quiere decir se debe brindar un buen servicio y en el tiempo que lo solicite, de esa manera se logrará ganar la confianza del cliente.

Accesibilidad

Se debe brindar el servicio adecuado con todos parámetros establecidos por la empresa, es estar dispuesto a dar facilidades de atención al cliente.

Infraestructura y equipos

Son las instalaciones con que cuenta la empresa, los bienes que posee, el personal que labora, así como los materiales de comunicación. Es todo el entorno que interviene en la empresa.

2.2.3. Micro y pequeñas empresas – MYPES

Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT (2019) considera a las MYPES como una “unidad económica constituida por una persona natural o jurídica” (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene

como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Estas a su vez son inscritas en un registro denominado REPYME y se les brinda facilidades para la creación y formalización.

En tanto, para Costa (2019) según el informe emitido por el INEI la producción nacional del sector alojamiento y restaurantes consignó un incremento del 4,43% a enero del 2019, demostrado en el desarrollo “del subsector restaurantes en 4,49% y del subsector alojamiento en 4,05%”. Es así que, “la actividad de restaurantes consignó un aumento de 4,49%, apoyado por el avance de sus cuatro componentes e impulsado por el crecimiento de sus actividades en establecimientos de pollerías, comidas rápidas, restaurantes, chifas, comida criolla, heladerías, carnes y parrillas por más promociones y descuentos”. Asimismo, se reflejaron aumentos en las categorías de “cevicherías, sandwicherías, restaurantes turísticos, comida japonesa y pizzerías”, debido a su variedad en la carta y sobre todo a la calidad; contribuyendo de esa manera a la ejecución de ferias gastronómicas como “Perú, Mucho Gusto – Ilo” y el “VII Festival del Queso Helado Arequipeño 2019”. De igual manera se promocionó nuestra gastronomía fuera del país con la realización de la “XVII edición de la Cumbre Internacional de Gastronomía ‘Madrid Fusión 2019’, en España”, logrando poner en alto la imagen del país.

2.2.4. Recreos campestres

Pérez (2018) a través del diario La República, nos dice que la prosperidad de los recreos campestres radica en la gente que toma como costumbre salir fuera de la ciudad los días que no se trabaja, buscando así un lugar de recreamiento y tranquilidad, salir de lo cotidiano les produce cambio en la rutina diaria. En este

rubro de negocio se debe considerar tres aspectos importantes:

Actividad para los más pequeños

Los recreos campestres deben contar con un espacio para los niños, ya que estos son propensos a aburrirse rápido en este tipo de reuniones. Estos espacios deben contar con la seguridad del caso y tener las herramientas de entretenimiento respectivo.

La calidad de la comida

La preparación de los alimentos debe realizarse con óptima calidad, con un buen preparado de los potajes y de acuerdo a la zona, en cuanto al volumen del alimento a servir debe ser una cantidad mayor a los restaurantes comunes, pero sin elevar demasiado el precio ya que a estos lugares suelen ir familias numerosas.

Buena administración

En este punto se toman aspectos como tener una buena infraestructura, parqueo amplio, brindar facilidades de pago, pero algo que no toman en práctica y dejan de lado es el servicio que brindan al cliente, no toman interés en capacitar a su personal para que puedan ofrecer un buen servicio. También se debe tener en cuenta el tipo de cliente al que se quiere llegar para ofrecer una buena atención.

2.3. Marco conceptual

Atención al cliente

Servicio que brinda una empresa con el objetivo de relacionarse con los clientes para satisfacer sus necesidades y que éstos se sientan satisfechos con el servicio (Ariza y Ariza, 2017).

Cliente

Persona natural o jurídica que adquiere un bien o servicio en una entidad a cambio de una retribución económica para satisfacer sus necesidades (Izquierdo, 2019).

Confianza

Seguridad que una persona tiene o demuestra frente a la otra para afrontar una situación, presentándose en distintas situaciones como en las relaciones interpersonales y en el trabajo (Arenal, 2019).

Establecimiento

Área donde se encuentra ubicado la empresa para ofrecer productos o servicios al público, las mismas que pueden ser de carácter comercial, industrial o profesional (Izquierdo, 2019).

Gestión

Procedimientos que se lleva a cabo en una institución para el logro de objetivos a través de los procesos administrativos (Cuatrecasas y Gonzáles, 2017).

MYPES

Unidad económica conformada por una persona natural o jurídica, son las que promueven una mayor fuerza laboral ya que producen el 49% del PBI (producto bruto interno) nacional y dan trabajo a un 88% de la PEA (población económicamente activa) del ambiente privado (Noreña, 2019).

Personal

Individuo encargado de realizar el servicio, ésta se debe estar caracterizado por presentar un trato de cordialidad, demostrando una actitud de confianza y respeto al momento de atender al cliente (Ariza y Ariza, 2017).

Respeto

Consideración o manera con que se trata a una persona o cosa por alguna situación que conlleva a realizar el reconocimiento de nuestros valores propios y el de los demás (Arenal, 2019).

Satisfacción

Factor importante que influye en la continuidad del cliente, la manera en el trato a los clientes asegura la adquisición del bien o servicio por segunda vez (Domínguez, 2018).

Servicio

Atención personalizada que se brinda al cliente, significa considerar una actitud de servicio de calidad que junto a una buena realización de los procedimientos nos permitirá llegar un paso adelante en la satisfacción de la necesidad del cliente (Ariza y Ariza, 2017).

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación no se llevó a cabo la hipótesis, por tratarse de una investigación de tipo descriptivo, puesto que solo se presentó las características de la variable en estudio, así mismo, no se demostró el efecto que posee una variable en razón a otra porque solo se tomó una variable para dicho estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

a) Tipo de investigación

Esta investigación tuvo un enfoque básico y cuantitativo, porque nos permitió medir el tema en estudio mediante métodos numéricos, es decir, los que fueron considerados en el marco teórico con relación a las variables, obteniéndose resultados óptimos para una mejor interpretación (Hernández y Mendoza, 2018).

b) Nivel de investigación

Fue de nivel descriptivo, porque nos permitió describir las características de los factores relevantes de la gestión de calidad y atención al cliente de los recreos campestres del distrito de Acopampa y a sus respectivos representantes, a través de la técnica de la encuesta (Hernández y Mendoza, 2018).

c) Diseño de la investigación

Esta investigación utilizó el diseño no experimental, porque se llevó a cabo la recolección de datos sin manipular las variables en estudio, fue transversal porque se realizó en un determinado tiempo y descriptivo simple porque solo se tomó una variable como parte del estudio, las mismas que se realizaron en octubre del 2020 en el distrito de Acopampa, con el fin de describir la variable de manera real al momento de aplicar la encuesta (Hernández y Mendoza, 2018).

4.2. Población y muestra

a) Población

La presente investigación contó con una población de 11 gerentes de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de

comidas (recreos campestres) del distrito de Acopampa, en base a los datos obtenidos por la Municipalidad Distrital de Acopampa.

b) Muestra

Se considera muestra censal a una población pequeña compuesta como máximo hasta por 50 integrantes, las mismas que necesariamente forman parte del estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

En esta investigación se tomó como muestra a toda la población, es decir, a las 11 MYPES del rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) del distrito de Acopampa, información obtenida por la Municipalidad Distrital de Acopampa. Del total de la población, solo siete (7) representantes accedieron ser parte del estudio, un representante se negó formar parte de la investigación, asimismo, un representante no pudo ser localizado y dos MYPES cambiaron su giro de negocio.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Tabla 1: Definición y operacionalización de variables

TITULO: caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.

Variable		Definición operacional			Escala de medición
Denominación	Definición	Dimensiones	Indicador		
		Denominación	Definición	Denominación	
Gestión de calidad: procesos administrativos	Jabaloyes et al. (2020)	Planificar (Plan)	Se identifican a los clientes para elaborar un plan de trabajo y establecer objetivos trazados en una organización.	- Identificación de clientes - Elaboración de planes - Establecer objetivos	Ordinal
	para obtener mejores resultados en una	Hacer (Do)	Se ejecuta lo planeado por la organización y dependiendo en qué situación se encuentre realizar cambios. Se evalúan los resultados obtenidos para comparar con los	- Ejecución de lo planeado - Realización de cambios - Evaluación de resultados	
	organización es necesario	Verificar (Check)	objetivos trazados en la planeación, encontrar la deficiencia y elaborar informes para llegar a una conclusión acertada.	- Comparación de resultados - Elaboración de informes	
	sistema de gestión de calidad.	Actuar (Act)	Se toman en cuenta las conclusiones anteriores y se pone en práctica los cambios.	- Poner en práctica los cambios	
Atención al cliente	Son actos que a través de ellas una empresa busca	Capacidad de respuesta	Es estar dispuestos a brindar atención al cliente de manera inmediata para la satisfacción de las necesidades del cliente.	- Atención inmediata - Satisfacer las necesidades del cliente	Ordinal
	relacionarse con sus clientes actuales o potenciales durante el proceso	Cortesía	Es la manera como se brinda atención al cliente, esta debe ser amable, de esa manera se logrará atraer más clientes.	- Buen trato al cliente - Atraer más clientes - Brindar un buen servicio	
	de adquisición de un bien o servicio	Fiabilidad	Se debe brindar un buen servicio y en el tiempo que lo solicite. De esa manera se logrará ganar la confianza del cliente.	- Ganarse la confianza del cliente	
	(Arenal, 2019).	Accesibilidad	Es estar dispuesto a dar facilidades de atención al cliente.	- Facilidad de atención	
		Infraestructura y equipos	Son las instalaciones con que cuenta la empresa, los bienes que posee, el personal que labora, entre otros.	- Entorno que interviene en la empresa	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

a) Técnica

Para la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, puesto que a través de la cual, se obtuvo los datos que nos permitieron realizar los cuadros estadísticos (Hernández y Mendoza, 2018).

b) Instrumento

El instrumento que se utilizó en la recolección de información fue el cuestionario compuesto por 27 interrogantes divididos en cuatro bloques en base a cada objetivo de estudio, 6 preguntas fueron referentes a las características de los representantes, 4 preguntas referentes a las características de las MYPES, 9 preguntas referentes a las características de la gestión de calidad y 8 preguntas referentes a las características de la atención al cliente en el rubro restaurante y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.

El instrumento fue sometido a una prueba piloto y posteriormente validado por juicio de expertos antes de ser aplicado a la muestra en estudio.

4.5. Plan de análisis

Este plan de análisis nos brindó un adecuado procesamiento en la recolección de datos que fue necesaria para la investigación, para lo cual se procedió de la siguiente manera: aplicación del cuestionario a los gerentes de las MYPES, procesamiento de datos alcanzados, análisis de los datos alcanzados y presentación de los datos obtenidos. Los datos recolectados fueron procesados por los siguientes programas: WORD, EXEL, lo cual se presentaron en tablas y figuras para su análisis estadístico (Hernández y Mendoza, 2018).

Previo a la aplicación del cuestionario, se les visitó con la finalidad de hacer firmar el protocolo de consentimiento informado para que a través de ese documento nos den su aprobación de ser parte del estudio; seguidamente, se procedió a aplicar las encuestas de manera presencial a todos los representantes de las MYPES, teniendo en cuenta todos los protocolos de seguridad sanitaria. Una vez obtenido los datos, se procedió a procesarlos en el Microsoft Excel mediante tablas y figuras para finalmente derivarlos al Microsoft Word.

4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2: *Matriz de consistencia*

Problema	Objetivos	Variable	Metodología	Instrumento y procesamiento
¿Cuáles son las principales características de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020?	<p>Objetivo general: Describir las características de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>a. Mencionar las principales cualidades de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.</p> <p>b. Detallar las principales cualidades de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.</p> <p>c. Definir la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.</p> <p>d. Analizar los factores relevantes de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.</p>	Atención al cliente	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental – transversal y descriptivo simple</p> <p>Población: 11 gerentes de las MYPES (recreos campestres)</p> <p>Muestra: Censal</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7. Principios éticos

En la presente investigación se tomó en cuenta el Código de Ética que dispone la ULADECH Católica, para la investigación Versión 002.

Principio de Protección a las personas, los representantes otorgaron su aprobación por medio del consentimiento informado, los datos proporcionados fueron solo objeto de investigación.

Principio de beneficencia o maleficencia, la presente investigación por su origen no representó ningún riesgo, ni para los integrantes de la investigación ni para el investigador.

Principio de justicia, a todos los participantes de esta investigación se les brindó el mismo compromiso de respeto, consideración e información de lo que soliciten.

Principio de integridad científica, en esta investigación se tuvo en cuenta a los participantes y su identidad fue tratada de manera confidencial y anónima. No hubo presencia que pudiera generar conflictos de intereses.

Principio de libre participación y derecho a estar informado, en la presente investigación antes de realizar el recojo de la información, se solicitó la autorización del participante mediante el consentimiento informado.

Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad, en esta investigación no se involucró a animales ni plantas, porque no formaron parte del estudio, tampoco se ejecutó estudios en el medio ambiente, menos se alteró la bioseguridad como parte del estudio.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

OE1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.

Tabla 3

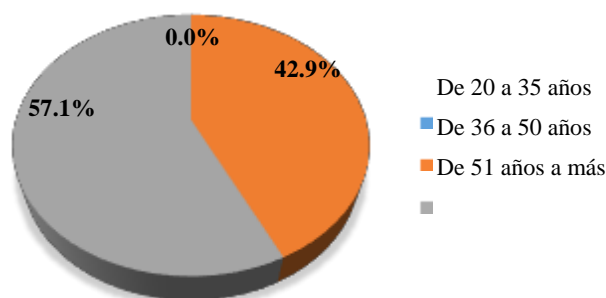
Edad de los representantes

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
De 20 a 35 años	0	0,0
De 36 a 50 años	3	42,9
De 51 años a más	4	57,1
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 1

Edad de los representantes



Fuente: tabla 3.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 3 y figura 1, podemos observar que el 57,1% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, tienen de 51 años a más; así mismo, el 42,9% tienen de 36 a 50 años de edad. Sin embargo, ningún representante (0%) tiene de 20 a 35 años de edad.

Tabla 4

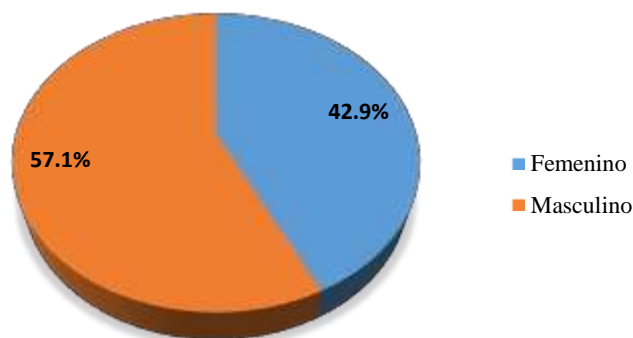
Género de los representantes

Género	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Femenino	3	42,9
Masculino	4	57,1
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 2

Género de los representantes



Fuente: Tabla 4.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 4 y figura 2, podemos identificar que el 57,1% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, son de género masculino, mientras que un 42,9% son de género femenino.

Tabla 5

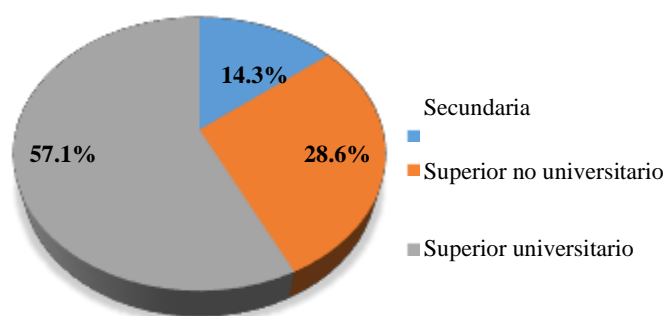
Grado de instrucción de los representantes

Grado de instrucción	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Secundaria	1	14,3
Superior no universitario	2	28,6
Superior universitario	4	57,1
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 3

Grado de instrucción de los representantes



Fuente: Tabla 5.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 5 y figura 3, podemos observar que el 57,1 % de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, tienen el grado de instrucción de superior universitario, así mismo, el 28,6% tienen el grado de instrucción de superior no universitario, mientras que sólo un 14,3% tienen el grado de instrucción de secundaria.

Tabla 6

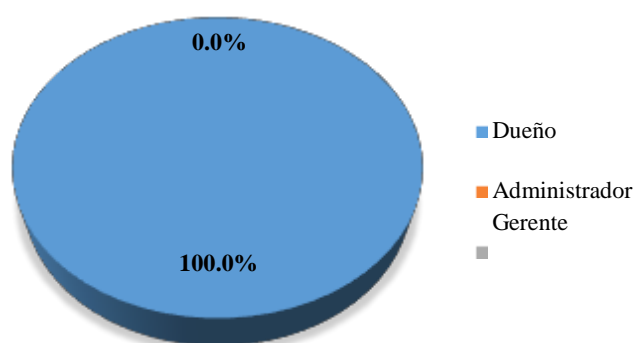
Cargo que desempeñan los representantes

Cargo que desempeña	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Dueño	7	100,0
Administrador	0	0,0
Gerente	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 4

Cargo que desempeñan los representantes



Fuente: Tabla 6.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 6 y figura 4, podemos apreciar que el 100% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, son dueños, lo que significa que no se identificó ningún administrador ni gerente.

Tabla 7

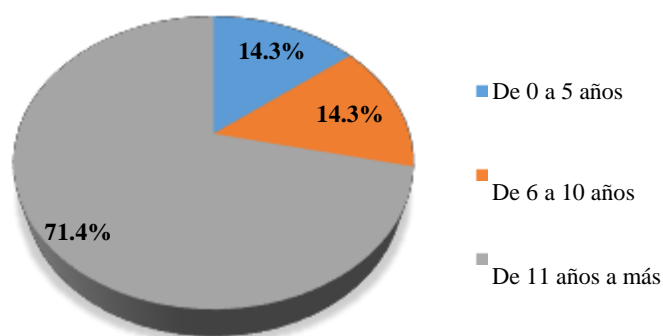
Tiempo de experiencia en el cargo

Tiempo de experiencia	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
De 0 a 5 años	1	14,3
De 6 a 10 años	1	14,3
De 11 años a más	5	71,4
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 5

Tiempo de experiencia en el cargo



Fuente: Tabla 7.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 7 y figura 5, podemos ver que el 71,4% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, tienen una experiencia de 11 años a más en el cargo, mientras que un 14,3% tienen de 6 a 10 años de experiencia en el cargo, al igual que otro 14,3% que tienen de 0 a 5 años de experiencia en el cargo.

Tabla 8

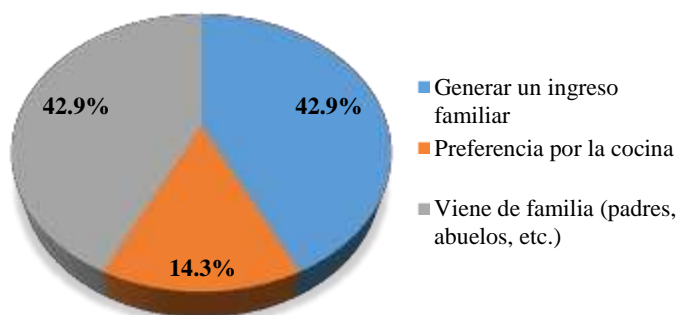
Motivo para comenzar con el giro de negocio

Motivo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Generar un ingreso familiar	3	42,9
Preferencia por la cocina	1	14,2
Viene de familia (padres, abuelos, etc.)	3	42,9
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 6

Motivo para comenzar con el giro de negocio



Fuente: Tabla 8.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 8 y figura 6, podemos conocer que un 42,9% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, tuvieron como motivo para comenzar con el negocio, generar un ingreso familiar, mientras que para otro 42,9% viene de familia el continuar con el giro de negocio y sólo el 14,2% manifestaron tener una preferencia por la cocina.

OE2. Características de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.

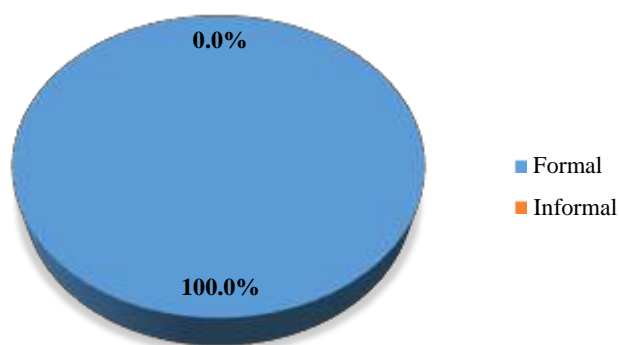
Tabla 9
Situación legal de la empresa

Situación legal	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Formal	7	100,0
Informal	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 7

Situación legal de la empresa



Fuente: Tabla 9.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 9 y figura 7, podemos apreciar que el 100% de las micro y pequeñas empresas, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, están debidamente formalizados, por lo tanto, no existe ninguna MYPE informal dentro del rubro.

Tabla 10

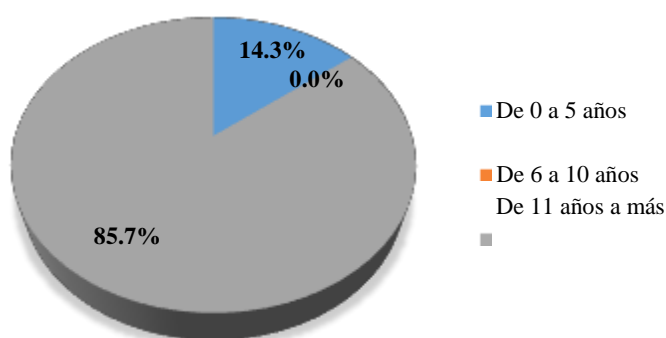
Tiempo de permanencia en el rubro.

Tiempo de permanencia	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
De 0 a 5 años	1	14,3
De 6 a 10 años	0	0,0
De 11 años a más	6	85,7
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 8

Tiempo de permanencia en el rubro



Fuente: Tabla 10.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 10 y figura 8, podemos apreciar que el 85,7% de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, tienen de 11 años a más de permanencia en el rubro, mientras que el 14,3% de ellas tienen una permanencia de 0 a 5 años en el rubro; sin embargo, se aprecia que ninguna de las MYPES tiene de 6 a 10 años de permanencia en el negocio.

Tabla 11

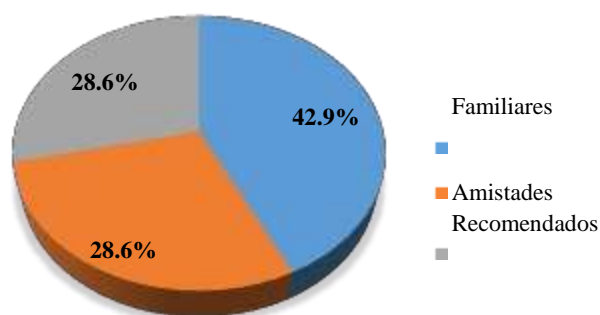
Tipo de personal que prefiere para su empresa.

Tipo de personal	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Familiares	3	42,8
Amistades	2	28,6
Recomendados	2	28,6
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 9

Tipo de personal que prefiere para su empresa



Fuente: Tabla 11.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 11 y figura 9, podemos comprobar que el 42,8% de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, prefieren trabajar con familiares, mientras que el 28,6% prefieren trabajar con recomendados; sin embargo, hay otro 28,6% que prefieren trabajar con amistades.

Tabla 12

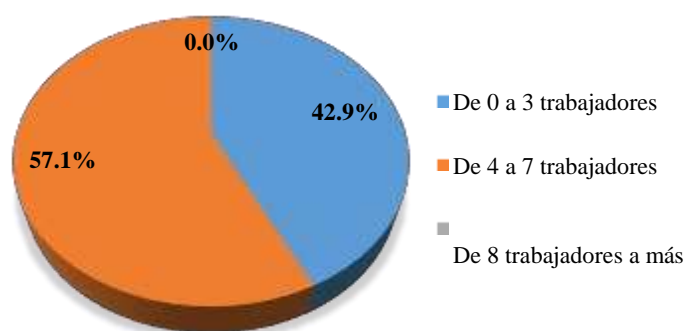
Número de trabajadores con que cuentan las empresas.

Número de trabajadores	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
De 0 a 3 trabajadores	3	42,9
De 4 a 7 trabajadores	4	57,1
De 8 trabajadores a más	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 10

Número de trabajadores con que cuentan las empresas



Fuente: Tabla 12.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 12 y figura 10, podemos comprobar que el 57,1% de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, tienen de 4 a 7 trabajadores, asimismo, el 42,9% tienen de 0 a 3 trabajadores y ninguna MYPE cuenta con 8 a más trabajadores.

OE3. Características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.

Tabla 13

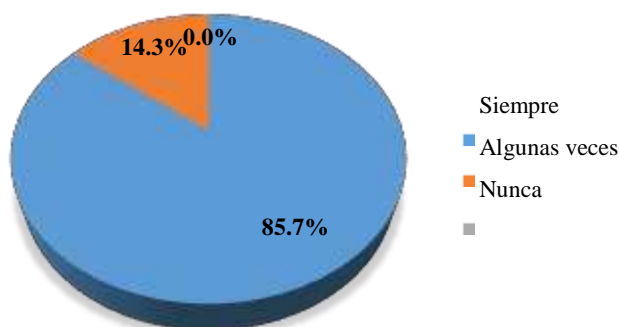
¿Define la gestión de calidad al momento de identificar a sus clientes?

Define la gestión de calidad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	6	85,7
Algunas veces	1	14,3
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 11

¿Define la gestión de calidad al momento de identificar a sus clientes?



Fuente: Tabla 13.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 13 y figura 11, podemos ver que el 85,7% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, manifestaron que siempre definen la gestión de calidad al identificar a sus clientes, mientras que el 14,3 % de los representantes, solo algunas veces definen la gestión de calidad al identificar a sus clientes. Asimismo, no existen MYPES que nunca definen la gestión de calidad al identificar a sus clientes.

Tabla 14

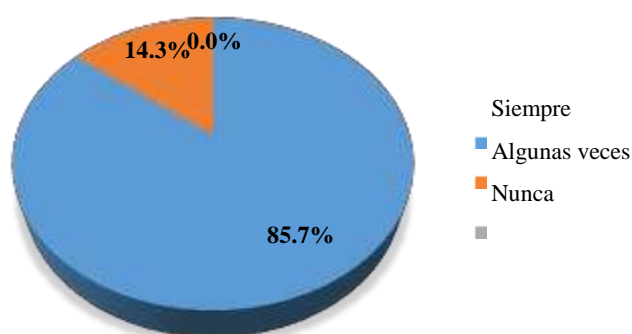
¿Toma en cuenta la gestión de calidad al momento de elaborar el plan de trabajo para su empresa?

Toma en cuenta la gestión de calidad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	6	85,7
Algunas veces	1	14,3
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 12

¿Toma en cuenta la gestión de calidad al momento de elaborar el plan de trabajo para su empresa?



Fuente: Tabla 14.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 14 y figura 12, el 85,7% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, manifestaron que siempre toman en cuenta la gestión de calidad al momento de elaborar el plan de trabajo, asimismo, hay un 14,3% que solo algunas veces lo toman en cuenta. Sin embargo, notamos que no hay representantes que nunca toman en cuenta la gestión.

Tabla 15

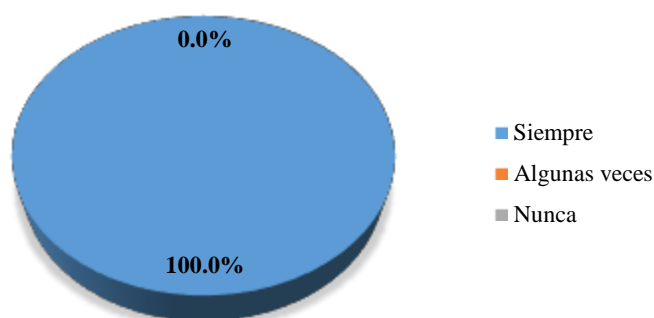
¿Establece objetivos para sacar adelante su empresa?

Establece objetivos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	7	100,0
Algunas veces	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 13

¿Establece objetivos para sacar adelante su empresa?



Fuente: Tabla 15.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 15 y figura 13, el 100% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre establecen sus objetivos para sacar adelante su empresa; lo que quiere decir que no hay MYPES que algunas veces o nunca establecen sus objetivos para sacar adelante su empresa.

Tabla 16

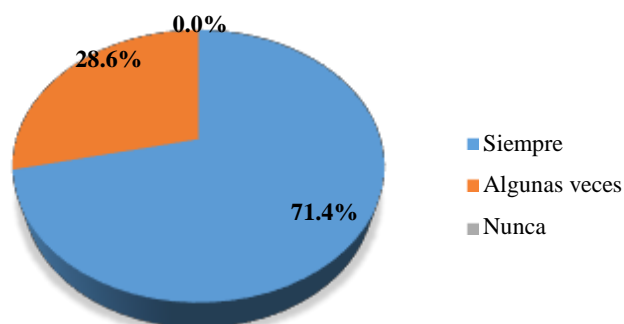
¿Ejecuta lo planeado teniendo en cuenta la situación actual su empresa?

Ejecuta lo planeado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	5	71,4
Algunas veces	2	28,6
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 14

¿Ejecuta lo planeado teniendo en cuenta la situación actual su empresa?



Fuente: Tabla 16.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 16 y figura 14, el 71,4% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre ejecutan lo planeado en base a la situación actual de sus empresas, asimismo, el 28,6% respondieron que solo algunas veces ejecutan lo planeado en base a la situación actual de sus empresas; sin embargo, observamos que no hay MYPES que nunca ejecutan lo planeado en base a la situación actual de sus empresas.

Tabla 17

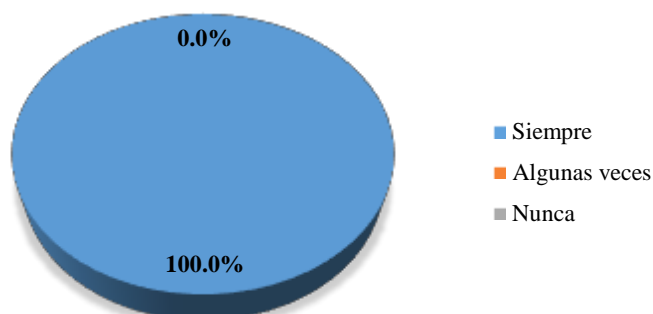
¿Realiza cambios en su empresa para mejorar su gestión cuando piensan que algo no está bien?

Realiza cambios en su empresa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	7	100,0
Algunas veces	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 15

¿Realiza cambios en su empresa para mejorar su gestión cuando piensan que algo no está bien?



Fuente: Tabla 17.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 17 y figura 15, el 100% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre realizan cambios en su empresa cuando piensan que algo no está bien; lo que quiere decir que no hay MYPES que algunas veces o nunca realizan cambios en su empresa cuando piensan que algo no está bien.

Tabla 18

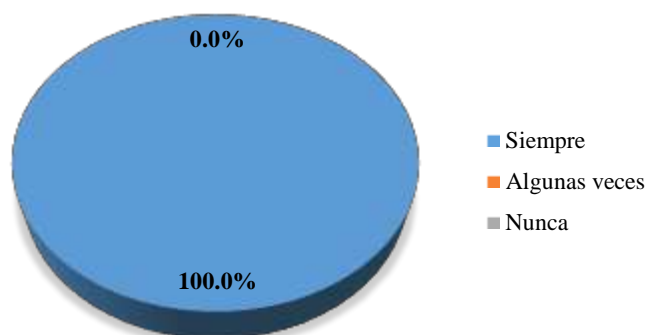
¿Evalúa los resultados obtenidos de su empresa teniendo en cuenta la gestión de calidad?

Evalúa los resultados	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	7	100,0
Algunas veces	0	0,0
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 16

¿Evalúa los resultados obtenidos de su empresa teniendo en cuenta la gestión de calidad?



Fuente: Tabla 18.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 18 y figura 16, el 100% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre evalúan los resultados teniendo en cuenta la gestión de calidad; lo que quiere decir que no hay MYPES que algunas veces o nunca evalúan los resultados teniendo en cuenta la gestión de calidad.

Tabla 19

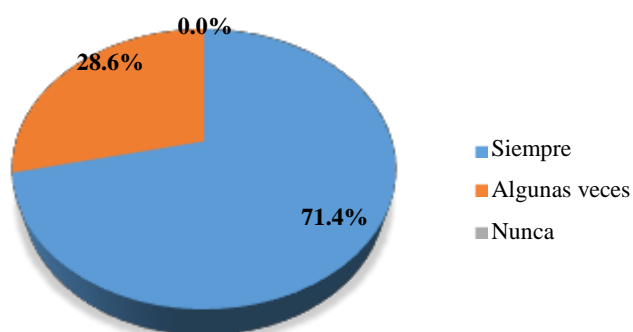
¿Compara los resultados obtenidos con los objetivos trazados en la planificación para tomar medidas correctivas?

Compara resultados	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	5	71,4
Algunas veces	2	28,6
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 17

¿Compara los resultados obtenidos con los objetivos trazados en la planificación para tomar medidas correctivas?



Fuente: Tabla 19.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 19 y figura 17, el 71,4% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre comparan resultados para tomar medidas correctivas, asimismo, el 28,6% respondieron que solo algunas veces comparan resultados para tomar medidas correctivas; sin embargo, observamos que no hay MYPES que nunca comparan resultados para tomar medidas correctivas.

Tabla 20

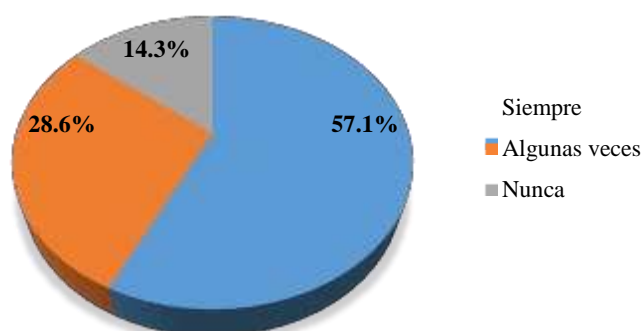
¿Realiza acciones correctivas para implementar su empresa?

Realiza acciones correctivas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	4	57,1
Algunas veces	2	28,6
Nunca	1	14,3
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 18

¿Realiza acciones correctivas para implementar su empresa?



Fuente: Tabla 20.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 20 y figura 18, el 57,1% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre realizan acciones correctivas para implementar en sus empresas, asimismo, el 28,6% respondieron que solo algunas veces realizan acciones correctivas para implementar en sus empresas; sin embargo, observamos que hay un 14,3% que nunca realizan acciones correctivas para implementar en sus empresas.

Tabla 21

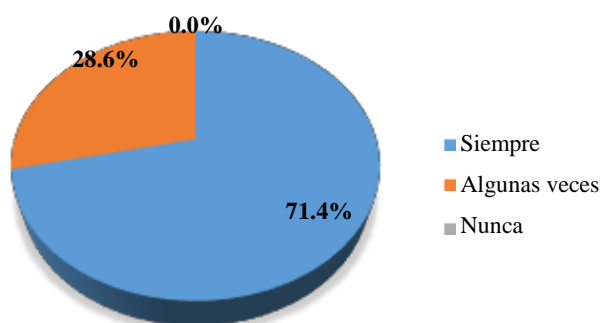
¿Toma en cuenta las conclusiones anteriores al momento de poner en práctica los cambios realizados en su empresa?

Toma en cuenta las conclusiones anteriores	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	5	71,4
Algunas veces	2	28,6
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 19

¿Toma en cuenta las conclusiones anteriores al momento de poner en práctica los cambios realizados en su empresa?



Fuente: Tabla 21.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 21 y figura 19, el 71,4% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre toman en cuenta las conclusiones anteriores al momento de poner en práctica los cambios realizados en su empresa, asimismo, el 28,6% respondieron que solo algunas veces toman en cuenta las conclusiones; sin embargo, no hay MYPES nunca toman en cuenta las conclusiones anteriores.

OE4. Características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, 2020.

Tabla 22

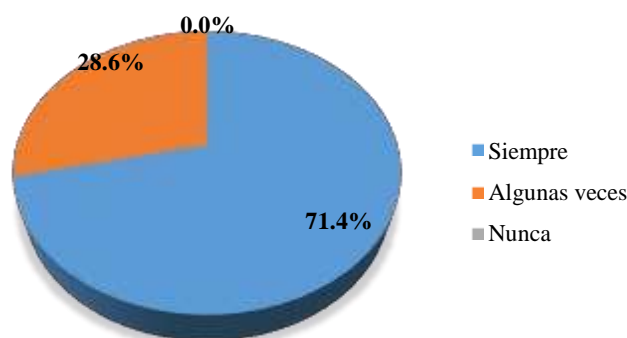
¿Instruye a sus trabajadores para brindar una atención inmediata a sus clientes?

Instruye a sus trabajadores	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	5	71,4
Algunas veces	2	28,6
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 20

¿Instruye a sus trabajadores para brindar una atención inmediata a sus clientes?



Fuente: Tabla 22.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 22 y figura 20, el 71,4% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre instruyen a sus trabajadores para brindar una atención inmediata a sus clientes, asimismo, el 28,6% respondieron que solo algunas veces instruyen a sus trabajadores para brindar una atención inmediata a sus clientes; sin embargo, observamos que no hay MYPES que nunca instruyen a sus trabajadores.

Tabla 23

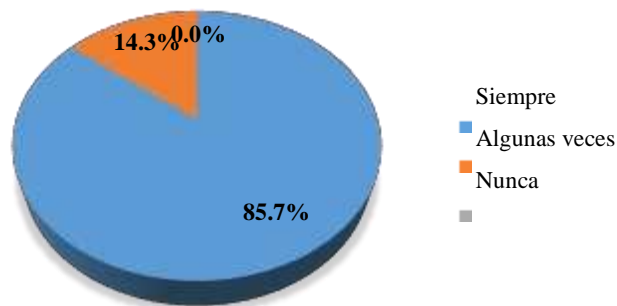
¿Ofrece un servicio inmediato a sus clientes para satisfacer sus necesidades?

Ofrece un servicio inmediato a sus clientes	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	6	85,7
Algunas veces	1	14,3
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 21

¿Ofrece un servicio inmediato a sus clientes para satisfacer sus necesidades?



Fuente: Tabla 23.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 23 y figura 21, el 85,7% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre ofrecen un servicio inmediato a sus clientes para satisfacer sus necesidades, asimismo, el 14,3% respondieron que solo algunas veces ofrecen un servicio inmediato a sus clientes para satisfacer sus necesidades; sin embargo, no hay MYPES que nunca ofrecen un servicio inmediato a sus clientes para satisfacer sus necesidades.

Tabla 24

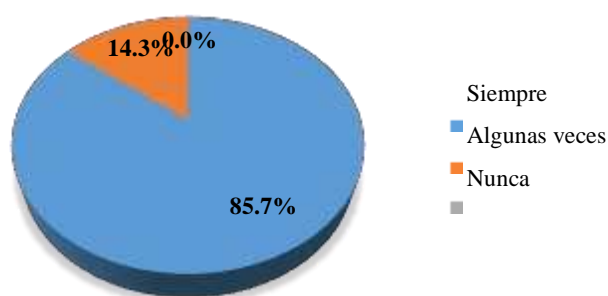
¿Recomienda a su personal brindar un buen trato a sus clientes?

Recomienda a su personal	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
brindar un buen trato		
Siempre	6	85,7
Algunas veces	1	14,3
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 22

¿Recomienda a su personal brindar un buen trato a sus clientes?



Fuente: Tabla 24.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 24 y figura 22, el 85,7% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre recomiendan a su personal brindar un buen trato a sus clientes, asimismo, el 14,3% respondieron que solo algunas veces recomiendan a su personal brindar un buen trato a sus clientes; sin embargo, no hay MYPES que nunca recomiendan a su personal brindar un buen trato a sus clientes.

Tabla 25

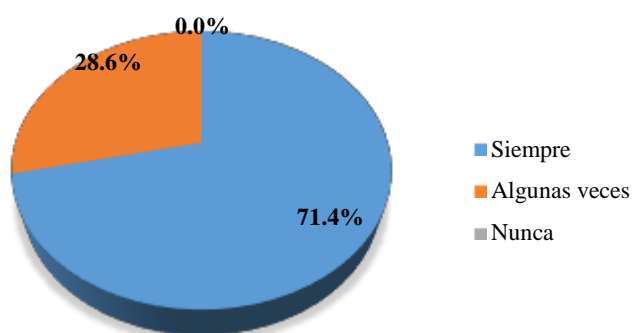
¿Analiza y elabora estrategias para atraer más clientes a su empresa?

Analiza y elabora estrategias	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	5	71,4
Algunas veces	2	28,6
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 23

¿Analiza y elabora estrategias para atraer más clientes en su empresa?



Fuente: Tabla 25.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 25 y figura 23, el 71,4% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre analizan y elaboran estrategias para atraer más clientes, asimismo, el 28,6% respondieron que solo algunas veces analizan y elaboran estrategias para atraer más clientes; sin embargo, observamos que no hay MYPES que nunca analizan y elaboran estrategias para atraer más clientes.

Tabla 26

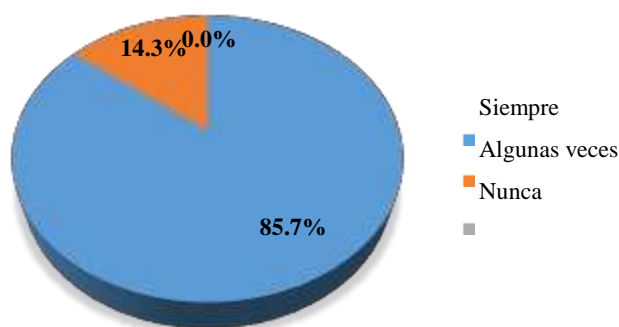
¿Su personal está capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes?

Su personal está capacitado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	6	85,7
Algunas veces	1	14,3
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 24

¿Su personal está capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes?



Fuente: Tabla 26.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 26 y figura 24, el 85,7% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que su personal siempre está capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes, asimismo, el 14,3% respondieron que solo algunas veces su personal está capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes; sin embargo, observamos que no hay MYPES que nunca su personal está capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes.

Tabla 27

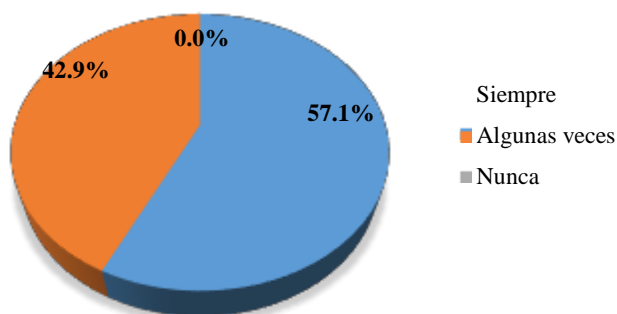
¿Su personal aplica sus habilidades para ganarse la confianza de sus clientes?

<u>Su personal aplica sus</u>	<u>Frecuencia Relativa</u>	
<u>habilidades</u>	<u>Frecuencia Absoluta</u>	<u>(%)</u>
Siempre	4	57,1
Algunas veces	3	42,9
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 25

¿Su personal aplica sus habilidades para ganarse la confianza de sus clientes?



Fuente: Tabla 27.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 27 y figura 25, el 57,1% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que su personal siempre aplica habilidades para ganarse la confianza de sus clientes, asimismo, el 42,9% respondieron que solo algunas veces su personal aplica habilidades para ganarse la confianza de sus clientes; sin embargo, observamos que no hay MYPES que nunca su personal aplica habilidades para ganarse la confianza de sus clientes.

Tabla 28

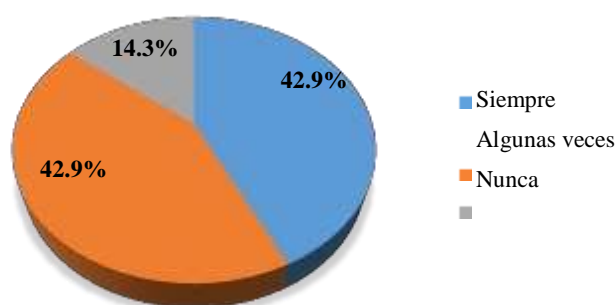
¿Brinda una atención personalizada para dar facilidades a sus clientes?

Brinda atención personalizada	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	3	42,9
Algunas veces	3	42,9
Nunca	1	14,2
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 26

¿Brinda una atención personalizada para dar facilidades a sus clientes?



Fuente: Tabla 28.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 28 y figura 26, un 42,9% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que siempre brindan una atención personalizada para dar facilidades a sus clientes, asimismo, otro 42,9% respondieron que solo algunas veces brindan una atención personalizada para dar facilidades a sus clientes; sin embargo, observamos que solo hay un 14,2% que nunca brindan una atención personalizada para dar facilidades a sus clientes.

Tabla 29

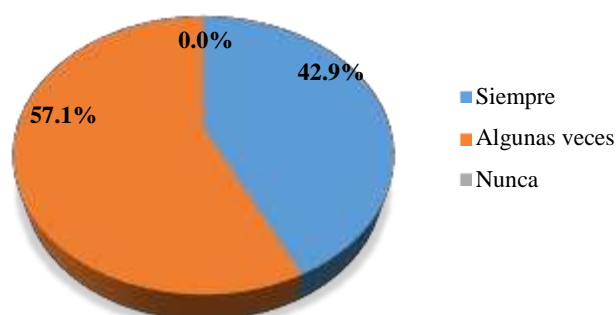
¿La infraestructura de su empresa está de acorde a las expectativas del cliente?

La infraestructura está de acorde al cliente	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Siempre	3	42,9
Algunas veces	4	57,1
Nunca	0	0,0
Total	7	100,0

Fuente. Representantes de las MYPES, recreos campestres del distrito de Acopampa (2020).

Figura 27

¿La infraestructura de su empresa está de acorde a las expectativas del cliente?



Fuente: Tabla 29.

Interpretación: De acuerdo a la tabla 29 y figura 27, el 57,1% de los representantes de las MYPES, rubro recreos campestres del distrito de Acopampa, respondieron que la infraestructura de su empresa siempre está de acorde a las expectativas del cliente, asimismo, el 42,9% respondieron que la infraestructura de su empresa solo algunas veces está de acorde a las expectativas del cliente; sin embargo, observamos que no hay MYPES que mencionen lo mismo.

5.2. Análisis de los resultados

OEI. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, provincia de Carhuaz, 2020.

Referente a la edad el 57,1% de los representantes encuestados mencionaron tener de 51 años a más (Tabla 3), resultado que discrepa con Samanez (2019) quien señala que el 63,0% tienen una edad de 31 a 50 años, Gaviria (2018) quien menciona que el 64,0% están en el rango de edad de 40 a 49 años, Ponce (2018) quien señala que el 68,75% tienen de 31 a 50 años. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes son personas adultas, cuentan con experiencia en el rubro ya que poseen habilidades para realizar diversas actividades relacionados a la gastronomía, se sienten comprometidos, se enfrentan a los cambios y son responsables al administrar sus negocios.

En cuanto al género el 57,1% de los representantes encuestados mencionaron ser de género masculino (Tabla 4), concordando con Bueno (2018) quien manifiesta que el 50,0% son de género masculino, Antúnez (2017) quien menciona que el 63,6% son de género masculino; esto a su vez se contrapone con Rosas (2019) quien manifiesta que el 60,61% son mujeres, Ponce (2018) quien menciona que el 62,5% son del sexo femenino. Estos resultados demuestran que en la actualidad las MYPES están representados por personas de ambos géneros, puesto que se consideran personas emprendedoras ya que decidieron comenzar sus negocios con el fin de mejorar su calidad de vida, incursionando así en el campo de la gastronomía.

En cuanto al grado de instrucción el 57,1% de los representantes encuestados mencionaron tener el grado de superior universitario (Tabla 5), discrepando con

Antúnez (2017) quien manifiesta que el 45,5% tienen el grado de instrucción superior, Gaviria (2018) quien menciona que el 44,0% no tienen formación académica, Bueno (2018) quien indica que el 50,0% tienen el grado de instrucción secundaria. Estos resultados demuestran que la mayoría están debidamente preparados para sacar adelante el negocio, puesto que son profesionales y utilizan sus habilidades adquiridas para lograr una buena gestión y por ende cumplir con sus objetivos y obtener una buena rentabilidad.

En cuanto al cargo que desempeña el 100,0% de los representantes encuestados mencionaron ser dueños (Tabla 6), encajando con Rosas (2019) quien refiere que el 78,79% son dueños, Bueno (2018) quien menciona que el 75,0% son dueños, Ponce (2018) quien menciona que el 62,50 % son dueños, Ramírez (2019) quien manifiesta que el 80% son dueños. Esto demuestra que la mayoría de los representantes son fundadores de sus propias empresas, tienen ese compromiso, perseverancia y responsabilidad para seguir en un mercado altamente competitivo, por el cual se requiere de personas con voluntad para trabajar y lograr el éxito.

En cuanto al tiempo de experiencia en el cargo el 71,4 % de los representantes encuestados mencionaron tener de 11 años a más en el cargo (Tabla 7), encajando con Rosas (2019) quien refiere que el 66,67% permanecen de 7 años a más en el cargo, Ponce (2018) quien manifiesta que el 87,50% cuentan con 7 años a más de permanencia en el cargo, discrepando con Bueno (2018) quien menciona que el 50,0% tienen en el cargo entre 4 a 6 años, Ramírez (2019) quien manifiesta que el 50,0% tienen de 4 a 6 años en el cargo. Estos resultados señalan que la mayoría de los dueños tienen vasta experiencia en el cargo, puesto que conocen el rubro, cuentan con aptitudes y habilidades para administrar y controlar el negocio.

En cuanto al motivo para comenzar con el giro de negocio el 42,9% de los representantes encuestados refirieron que el motivo fue generar un ingreso familiar, también el 42,9% de los representantes encuestados refirieron que viene de familia el continuar con el negocio (Tabla 8), desencajando con Bueno (2018) quien dice que el 62,5% tienen como objetivo generar ganancias, Rosas (2019) quien indica que el 100,0% señalan que su objetivo principal es generar ganancia. Estos resultados afirman que la creación de sus negocios fue motivada por la familia que se dedican al mismo rubro de negocio o en algunos casos continúan con el negocio familiar; sin embargo, la mayoría de las MYPES tienen como principal motivo generar sus propias fuentes de ingreso para mejorar su calidad de vida.

OE2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, provincia de Carhuaz, 2020.

Referente a la situación legal de la empresa el 100,0% de los representantes encuestados manifestaron que sus empresas son formales (Tabla 9), encajando con Gaviria (2018) quien menciona que el 80,0% están formalizadas, Samanez (2019) quien refiere que el 73% son formales; a su vez discrepa con Antúnez (2017) quien refiere que el 59,1% de las MYPES son informales. Estos resultados demuestran que la mayoría de las MYPES están debidamente inscritos de acuerdo a las disposiciones establecidas para la constitución de una empresa, contribuyendo de esa manera al progreso del país.

Referente al tiempo de permanencia en el rubro el 85,7% de los representantes encuestados manifestaron que las MYPES tienen de 11 años a más de permanencia en el rubro (Tabla 10), concordando con Ponce (2018) quien menciona

que el 87,50% cuentan con 7 años a más en el rubro, Rosas (2019) quien manifiesta que el 81,82% tienen de 7 años a más en el mercado; a su vez contrasta con Samanez (2019) quien manifiesta que el 54,0% tienen de 4 a 6 años en el mercado, Antúnez (2017) quien refiere que el 68,2% tienen de 0 a 3 años en el rubro, Ramírez (2019) quien refiere que el 50% tienen de 4 a 6 años en el rubro. Estos resultados demuestran que la mayoría de las MYPES tienen experiencia en el rubro, conocen sus fortalezas y debilidades, puesto que han sabido sobresalir y llevar adelante el negocio.

Referente al tipo de personal que prefiere para su empresa el 42,8% de los representantes encuestados manifestaron que prefieren a sus familiares para laborar en ella (Tabla 11), discrepando con Ramírez (2029) quien menciona que el 60% laboran con familiares y no familiares, Bueno (2018) quien refiere que el 87,5% de no laboran con familiares. Estos resultados demuestran que la mayoría de las MYPES dan oportunidad de trabajo a personas ajenas a la familia, ya sea a amistades o recomendados porque para dicho trabajo se toman en cuenta las actitudes, habilidades y sobre todo la experiencia en atención al cliente, cualidades que no siempre poseen las personas cercanas al entorno.

Referente al número de trabajadores con que cuenta la empresa el 57,1% de los representantes encuestados refirieron tener de 4 a 7 trabajadores (Tabla 12), encajando con Rosas (2019) quien menciona que el 51,52% tienen de 3 a 5 trabajadores, Gaviria (2018) quien señala que el 72,0% cuentan con 5 a 8 trabajadores, a su vez no coincide con Antúnez (2017) quien aduce que el 63,6% de tienen de 1 a 5 trabajadores, Ponce (2018) quien resalta que el 50,0% cuentan con 1 a 5 trabajadores, Ramírez (2019) quien menciona que el 70% tienen de 6 a 10

trabajadores. Estos resultados demuestran que la mayoría de las MYPES cuentan con trabajadores que ya tienen establecido sus funciones por la misma razón de ser varios, esto favorece a que los dueños se involucren más con los clientes para conocerlos y saber cuáles son sus necesidades y expectativas de cada uno de ellos.

OE3. Referente a las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, provincia de Carhuaz, 2020.

De los encuestados el 85,7% de los representantes manifiestan que siempre definen la gestión de calidad al momento de identificar a sus clientes (Tabla 13), encajando con Ponce (2018) quien menciona que el 81,25% de los gerentes conocen del tema por lo que, si aplican la gestión de calidad en atención al cliente, asimismo coincide con Jabaloyes et al. (2020) quienes en su libro nos dicen que debemos conocer la gestión de calidad para lograr un buen nivel de desempeño y sistema de calidad para ofrecer al cliente un buen producto o servicio al momento de identificarlos; esto a su vez, se contradice con Bueno (2018) quien manifiesta que el 62,5% no conocen el término gestión de calidad. Estos resultados nos demuestran que la mayoría de los representantes del rubro coinciden con lo dicho por el autor, pues siempre tienen presente la gestión de calidad para sacar adelante la empresa y demostrar un buen desempeño al momento de identificar a sus clientes y ofrecer un buen servicio.

De los encuestados el 85,7% de los representantes manifestaron que siempre toman en cuenta la gestión de calidad al momento de elaborar el plan de trabajo (Tabla 14), coincidiendo con Antúñez (2017) quien refiere que el 50,0% de los

representantes planifican sus actividades, de igual manera encaja con Lizarzaburu et al. (2018) quienes en su libro nos dicen que se debe elaborar el plan de trabajo considerando los procesos administrativos la cual permitirá a las empresas llevar a cabo una gestión de calidad de manera más ordenada; concepto que se contrapone con Gaviria (2018) quien alude que el 60,0% de los representantes carecen de plan de negocios por lo que no toman en cuenta la gestión de calidad. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes de este rubro siempre buscan elaborar planes de trabajo tomando en cuenta la gestión de calidad porque entienden la importancia para lograr los objetivos, puesto que les permitirá generar acciones al momento de brindar un servicio de calidad. Además, la elaboración de planes servirá para realizar un trabajo de mejora continua y que esto contribuya a brindar un buen servicio al cliente.

De los encuestados el 100,0% de los representantes mencionaron que siempre establecen objetivos para sacar adelante su empresa (Tabla 15), encajando con Rosas (2019) quien manifiesta que el 100,0% de los representantes señalan que su objetivo principal es generar ganancia, asimismo, encaja con Cuatrecasas y Gonzáles (2017) quienes en su libro mencionan que se deben establecer objetivos empleando variados métodos y estrategias de perfeccionamiento que nos sirvan como apoyo para lograr los objetivos que se haya trazado dentro de una organización, de esa manera desarrollar las características de los servicios brindados; lo dicho contrasta con Ramírez (2019) quien refiere que solo el 30% planifican el logro de sus objetivos. Estos resultados señalan que la mayoría de los representantes del rubro buscan establecer sus objetivos para sacar adelante su empresa, puesto que implantan la

gestión de calidad para obtener mejores resultados al momento de llevar adelante el proceso administrativo.

De los encuestados 71,4% de los representantes del rubro manifestaron que siempre ejecutan lo planificado teniendo en cuenta la situación actual de sus empresas (Tabla 16), coincidiendo con Cuatrecasas y Gonzáles (2017) quienes en su libro expresan que se tiene que llevar adelante lo planificado, para lo cual no solo se debe considerar al producto o servicio, sino que debe ser extendida en toda la organización para el cumplimiento de sus objetivos y el desarrollo organizacional, tomando en cuenta la situación de la misma, asimismo encaja con Jabaloyes et al. (2020) quienes en su libro refieren que se debe ejecutar lo planeado por la organización en base a los procesos establecidos y el ciclo PHVA atribuido al ISO 9001. Los resultados obtenidos concuerdan con lo mencionado por los autores puesto que la mayoría de los representantes del rubro buscan ejecutar lo planeado para sacar adelante su negocio, buscando así organizarse y brindar un buen servicio y por ende una buena atención a sus clientes. Sin embargo, debemos tomar más énfasis para poner en práctica los planes que se tienen a futuro, acción que debe ser ejecutada por todos los representantes del rubro.

De los encuestados el 100,0% de los representantes del rubro manifestaron que siempre realizan los cambios necesarios en su empresa cuando ven que algo no está bien o de acorde a lo planificado (Tabla 17), resultado que concuerda con Lizaraburu et al. (2018) quienes en su libro manifiestan que la mejora continua en base al desempeño general de la organización debe ser un objetivo invariable, a su vez discrepa con Bueno (2018) puesto que el 75,0% de los representantes aseguran que tienen dificultades para implementar la gestión de calidad puesto que no se

adaptan a los cambios, por tal razón no las realizan. Estos resultados demuestran que todos los representantes de las MYPES, realizan una mejora continua en sus empresas, cambios que son necesarios de implementar cuando algo no está marchando bien. Asimismo, estos cambios oportunos harán que la empresa brinde un mejor servicio a sus clientes y a la vez permitirá seguir con lo establecido en cuanto a gestión de calidad.

De los encuestados el 100,0% de los representantes del rubro manifestaron que siempre evalúan los resultados teniendo presente la gestión de la calidad (Tabla 18), coincidiendo lo dicho por Gonzáles y Arciniegas (2017) quienes en su libro manifiestan que se tiene que tener en cuenta la gestión de calidad al momento de evaluar los resultados, siendo éste ciertos procedimientos o técnicas que se llevan a cabo en cada empresa para demostrar el nivel de desempeño y sistema de calidad con que cuentan para ofrecer al cliente un servicio de calidad. Los datos obtenidos reflejan que los representantes de las MYPES evalúan los resultados que obtuvieron producto de planificación y ejecución de planes, con el fin de mejorar el servicio que se buscan brindar a los clientes. Realizar dichas evaluaciones de los resultados de manera permanente harán que se tomen mejores decisiones en beneficio de la empresa.

De los encuestados el 74,1% de los representantes manifestaron que siempre comparan los resultados obtenidos con los objetivos trazados para tomar medidas correctivas (Tabla 19), coincidiendo con Jabaloyes et al. (2020) quienes en su libro nos mencionan que, para obtener mejores resultados, es necesario conocer las cuatro etapas del ciclo de Deming, conocido como el ciclo PHVA atribuido al ISO 9001 y en base a esos resultados, comparar y tomar medidas correctivas en caso que algo

haya salido mal. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes conocen los procesos administrativos a través de las etapas del ciclo de Deming, razón por lo que comparan los resultados obtenidos durante todo el proceso administrativo para tomar medidas correctivas; contribuyendo de esta manera a ofrecer un mejor servicio al cliente y, sobre todo, atraer a nuevos clientes y que estos queden satisfechos con el servicio brindado.

De los encuestados el 57,1% de los representantes del rubro manifestaron que siempre realizan acciones correctivas para implementar a su empresa para ofrecer un buen servicio (Tabla 20), resultado que coinciden con Lizarzaburu et al. (2018) quienes en su libro manifiestan que las Normas ISO 9001 contienen normas de gestión de calidad, la cual sirve de garantía para un determinado producto o servicio, de acuerdo a eso se debe realizar las acciones correctivas para garantizar la calidad de servicio en el rubro. Con estos resultados se demuestra que la mayoría de los representantes de las MYPES toman en cuenta lo definido por el autor, puesto que al realizar dichas acciones correctivas buscan garantizar el buen funcionamiento de sus negocios y de esa manera ganarse el prestigio y confianza de sus clientes.

De los encuestados el 71,4% de los representantes del rubro respondieron que siempre toman en cuenta las conclusiones anteriores al momento de poner en práctica los cambios realizados en las mismas (Tabla 21), encajando lo dicho con Jabaloyes et al. (2020) quienes en su libro precisan que se debe actuar en base a los procesos administrativos para tomar en cuenta las conclusiones anteriores y ver si los resultados fueron favorables para poner en práctica los cambios efectuados, de lo contrario descartar y realizar un nuevo plan de mejora para el beneficio de la empresa. Resultados que demuestran que la mayoría de las MYPES tienen presente

los resultados anteriores para actuar en base a ello y así alcanzar los objetivos trazados para lograr una mejor imagen y prestigio de la empresa.

OE4. Referente a las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, provincia de Carhuaz, 2020.

De los encuestados el 71,4% de los representantes de las MYPES respondieron que siempre instruyen a sus trabajadores para brindar una atención inmediata a sus clientes (Tabla 22), coincidiendo lo dicho con Del Cid (2018) quien nos dice que el 56,0% de los clientes encuestados respondieron que la prontitud en que fue tomada su orden fue excelente, del mismo modo coincide con Domínguez (2018) quien en su libro refiere que una de las principales estrategias que se utilizan para alcanzar el éxito de la organización es tomar en cuenta primero al cliente tanto interno como externo, en relación con la atención al cliente no se debe limitar esfuerzos y se debe tomar importancia al cliente y al personal que atiende de forma directa; resultados que discrepa con López (2018) quien manifiesta que el 40,0% de los clientes no están de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos, lo que demuestra que no están instruidos razón por la que no brindan una atención inmediata. Estos resultados demuestran que en su mayoría las MYPES ponen como prioridad al cliente, a su vez toman en cuenta al personal, en el sentido que, depende mucho de la atención que estos brinden a los clientes para alcanzar el éxito empresarial. Es por ello que ven la necesidad de instruir a sus trabajadores al momento de contratarlos para brindar una atención oportuna a los clientes.

De los encuestados el 85,7% de los representantes de las MYPES respondieron que siempre ofrecen un servicio inmediato a sus clientes para satisfacer sus necesidades (Tabla 23), coincidiendo con Chumacero (2019) quien manifiesta que el 68% de los clientes considera que el personal atiende con rapidez y tiene buena presentación, Arenal (2019) quien en su libro señala que se debe considerar como elemento importante la capacidad de respuesta, ofreciendo un servicio de manera inmediata a los clientes para satisfacer sus necesidades, de esa manera conseguir una buena imagen para la empresa; resultados que a su vez discrepan con Del Cid (2018) quien refiere que el 43,0% de clientes califican como excelente la rapidez del servicio, López (2018) quien dice que el 41,0% de los clientes no están de acuerdo que el restaurante ofrece un servicio rápido. Estos resultados demuestran que la mayoría de las MYPES buscan satisfacer las necesidades de los clientes ofreciendo un servicio inmediato a través de su personal, buscando así que el cliente se lleve una buena imagen de la empresa y regrese en otra oportunidad. Sin embargo, se debe analizar qué factores influyen en aquellas MYPES que tienen deficiencias para ofrecer un servicio rápido a sus clientes y buscar solucionarlas para lograr satisfacer las necesidades de las mismas.

De los encuestados el 85,7% de los representantes del rubro mencionan que siempre recomiendan a su personal dar un buen trato a sus clientes (Tabla 24), coincidiendo con Del Cid (2018) quien menciona que el 52,0% de los clientes califican como excelente en cuanto al trato, amabilidad y profesionalidad del personal, Chumacero (2019) quien refiere que el 70% de los clientes consideran que el personal que atiende es educado y respetuoso, Arenal (2019) quien en su libro nos dice que se debe atender al cliente de manera cortés, brindándole un trato amable,

con respeto y siempre se debe dar un buen trato; pero a su vez discrepa con López (2018) quien habla que el 41,0% de los clientes no están de acuerdo que los empleados del restaurante son amables. Los resultados obtenidos coinciden con lo dicho por el autor ya que la mayoría de las empresas buscan brindar un buen trato a sus clientes y de esa manera generar un clima de confianza y garantizar el pronto retorno de las mismas. Es importante que no se descuide las relaciones ganadas ya que ellos serán nuestros mejores garantes para atraer nuevos clientes.

De los encuestados el 71,4% de los representantes del rubro manifestaron que siempre analizan y elaboran estrategias para atraer más clientes a sus empresas (Tabla 25), coincidiendo con Arenal (2019) quien en su libro menciona que uno de los actos que se debe considerar como estrategia es buscar relacionarse con clientes actuales y potenciales durante el proceso de adquisición del servicio, con la finalidad de que el cliente se sienta satisfecho. Estos resultados demuestran que la mayoría de las MYPES buscan atraer más clientes elaborando diversas estrategias en beneficio de las mismas, la cual conllevará a obtener mejores resultados. Por ello se busca analizar y solucionar sus inquietudes, buscar resolver los problemas que puedan presentarse y sobre todo tener un trato amable y cordial con todos los clientes, esto permitirá que la empresa tenga prestigio y por ende logrará captar más clientes.

De los encuestados el 85,7% de los representantes de las MYPES manifestaron que siempre su personal está debidamente capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes (Tabla 26), encajando lo dicho con Ramírez (2019) quien manifiesta que el 50,0% realizan capacitaciones a su personal para mejorar la atención al cliente, asimismo coincide con Arenal (2019) quien en su libro expresa que las personas encargadas de brindar este servicio deben estar preparados y

cumplir con atender y solucionar los pedidos, inquietudes y reclamos de los clientes, así como también obtener la información brindada por el cliente para conocer sus preferencias y tomarlo en cuenta para una futura atención; discrepando con Rosas (2019) quien afirma que el 45,46% señalan que su personal está capacitado para atender al cliente, Samanez (2019) quien dice que el 53,0% no capacitan a sus colaboradores respecto a atención al cliente, Ponce (2018) quien expresa que el 93,75% no realizan capacitaciones a su personal sobre atención al cliente. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes consideran que el personal que brinda un servicio al cliente debe estar debidamente capacitado, puesto que estas acciones harán que se obtengan mejores resultados en beneficio de la empresa. Siendo necesario aplicar esta estrategia en todas las MYPES puesto que si no se prepara al personal obtendremos resultados negativos en cuanto a la atención del cliente.

De los encuestados el 57,1% de los representantes de las MYPES mencionan que su personal siempre aplica sus habilidades para ganarse la confianza de los clientes (Tabla 27), resultados que se asemejan con Chumacero (2019) quien refiere que el 100% consideran que el desarrollo de su personal en habilidades y actitudes le ayuda a la fidelización del cliente, Bueno (2018) donde el 50,0% utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, de igual manera concuerda con Lizarzaburu et al. (2018) quienes en su libro mencionan que el trabajador constituye parte importante de una entidad, puesto que, al estar bien comprometido con la misma, facilita que sus habilidades sean puestas en práctica en favor de la organización. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes

cuentan con personal que aplican sus habilidades para ganarse la confianza de sus clientes, logrando así una buena concurrencia de clientes actuales y potenciales.

De los encuestados el 42,9% de los representantes de las MYPES manifestaron que siempre brindan una atención personalizada para dar facilidades a sus clientes, en tanto también el 42,9% de los representantes encuestados mencionaron que algunas veces brindan una atención personalizada para dar facilidades a sus clientes (Tabla 28), coincidiendo con Arenal (2019) quien en su libro menciona que se tiene que dar facilidades a los clientes, brindando un servicio adecuado y/o personalizado con todos los parámetros establecidos por la empresa, discrepando con López (2018) quien refiere que el 46,0% de los clientes no están de acuerdo con el personal del restaurante que brindan atención personalizada. Estos resultados demuestran que la mayoría de los representantes de la MYPES no siempre consideran que brindar una atención personalizada sea de vital importancia para la empresa. Siendo necesario que tomen en cuenta la importancia de considerar estas acciones que generan un clima de cordialidad entre ambas partes, puesto que brindar una atención personalizada por parte de los representantes hace que los clientes sientan esa confianza y por ende el deseo de volver a requerir de sus servicios.

De los encuestados el 57,1% de los representantes de las MYPES manifestaron que algunas veces la infraestructura de su empresa está de acorde a las expectativas del cliente (Tabla 29), concordando con Rosas (2019) quien señala que el 63,64% de los representantes señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos, Chumacero (2019) quien considera que el 60% de los clientes considera que los ambientes del restaurante presentan buen aspecto interno y externo, Arenal (2019) quien en su libro considera la infraestructura y equipos como

parte importante de la empresa para la cumplir con las expectativas del cliente; a su vez discrepa con Del Cid (2018) quien sostiene que el 40,0% de los clientes califican a las instalaciones del restaurante como buenas. Los resultados obtenidos demuestran que la mayoría de los representantes toman en cuenta la infraestructura con las expectativas del cliente, puesto que es necesario la importancia de considerar la infraestructura y equipos como parte importante de la empresa tal como menciona Arenal.

VI. CONCLUSIONES

En esta investigación se describió los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa. Lo más relevante fue, que se logró identificar las fortalezas y debilidades de cada uno de los gerentes, encontrando que la mayoría de las MYPES aplican la gestión de calidad en atención al cliente.

Se mencionó las principales cualidades de los representantes de las MYPES, logrando identificar que la mayoría tienen experiencia en el rubro, ya que pasan los 50 años de edad, son dueños, cuentan con el nivel de instrucción superior universitario y cuentan con más de 11 años de experiencia en el rubro, por lo que tienen mayor conocimiento en cuanto a gestión.

Se detalló las principales cualidades de las MYPES, identificando que todas estas MYPES están debidamente formalizados y en su mayoría cuentan con más de 11 años en el rubro, por lo que está demostrado que cumplen con sus objetivos que es la de obtener rentabilidad y permanencia en el mercado.

Se definió la gestión de calidad en las MYPES, encontrando que la mayoría de los representantes aplican la gestión de calidad, puesto que elaboran planes, establecen sus objetivos y lo ejecutan para sacar adelante su empresa, realizando una mejora continua para obtener resultados positivos.

Se analizó los factores relevantes de la atención al cliente en las MYPES, comprobando que la mayoría de los representantes ofrecen un servicio inmediato, puesto que instruyen y recomiendan a su personal a brindar un buen trato y una atención inmediata a los clientes, sin embargo, no realizan atención personalizada.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

A la Municipalidad Distrital de Acopampa:

Ejecutar programas o talleres de capacitación a través de las diferentes entidades relacionadas al rubro, sobre temas referentes a gestión de calidad y atención al cliente, con la finalidad de que estos brinden un mejor servicio al cliente ante una situación sanitaria y así cumplir con todos los protocolos de bioseguridad establecidos por Ley.

A los representantes de las MYPES:

Realizar mejoras continuas en sus establecimientos que los lleve a obtener mejores resultados en base a la situación actual en que se encuentren, con el fin de brindar una mejor atención al cliente, y, por consiguiente, lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

Contar con colaboradores que sean capaces de brindar un buen servicio al cliente, sin tener en cuenta si son familiares o no, puesto que, lo que se busca es brindar una buena atención para lograr la rentabilidad y sostenimiento de la empresa.

Evaluar y comparar periódicamente los resultados obtenidos con los objetivos trazados en la planificación para tomar medidas correctivas e implementarlo a su empresa; así mismo, tomar en cuenta a qué conclusiones llegaron y ponerlos en práctica.

Instruir al personal a aplicar sus habilidades y buscar ganarse la confianza de los clientes; en lo posible brindar atención personalizada para dar mayores facilidades a los clientes, hacerles sentir importante y lograr que se sientan satisfecho con el servicio brindado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antúnez, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. [Universidad Católica los Angeles de Chimbote].
<https://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Arenal, C. (2019). *Atención básica al cliente. MF 1329*. (Editorial Tutor Formación (ed.)). <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/105977>
- Ariza, F., & Ariza, J. (2017). *Información y atención al cliente* (Mc Graw Hill Education (ed.)).
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>
- Bueno, M. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro restaurantes en la Urb. 21 de abril, Chimbote, 2016* [Universidad Católica los Angeles de Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8228>
- Costa, F. (2019). *Informe Técnico de Producción Nacional. 03*, 1–49.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-n03_produccion-nacional-ene2019.pdf
- Cuatrecasas, L., & Gonzáles, J. (2017). *Gestión Integral de la Calidad: Implantación, control y certificación* (Profit Editorial (ed.)).
https://books.google.com.mx/books?id=k449DwAAQBAJ&dq=ciclo+de+de+ming&source=gbs_navlinks_s
- Del Cid, Y. (2018). “*Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa.*” [Universidad Rafael Landívar].

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>

Díaz, K. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, Nuevo Chimbote, 2016* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote].

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11643>

Domínguez, J. (2018). *Pastillas Gerenciales* (Universidad Católica los Angeles de Chimbote (ed.); Primera ed).

http://utex.uladech.edu.pe/bitstream/handle/ULADECH_CATOLICA/173/pastillas_gerenciales_web.pdf?sequence=1

Espinoza, R. (2018). *Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el restaurante turístico “Don Kike” de la ciudad de Huaraz, Ancash - Perú, 2018* [Universidad Privada Telesup].

<https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/84/1/ESPINOZA ABARCA RAIDASUNCION.pdf>

Gaviria, A. (2018). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, sector servicios, clúster restaurant turístico, distrito de Yarinacocha, año 2017* [Universidad Católica los Angeles de Chimbote].

<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5417/>

Hernández, R., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación* (Mc Graw Hill Education (ed.); Sexta Edic).

Izquierdo, F. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial* (IC Editorial (ed.); 1° Edición). <https://elibro.net/es/ereader/uladech/113432>

Jabaloyes, J., Carot, J., & Carrión, A. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad* (Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia (ed.)).

<https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/165233>

- Jave, D. (2018). *Influencia de la calidad del servicio en la lealtad de los clientes externos del restaurante campestre “La Querencia” de Cajamarca, año 2017.*
- Lizarzaburu, E., Chávez, M., & Barriga, G. (2018). *Gestión de operaciones y calidad* (Pearson Educación (ed.)). <https://elibro.net/es/ereader/uladech/136611>
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy’s de la ciudad de Guayaquil.* Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Noreña, D. (2019). *El futuro de las MYPES | Blogs | NOTICIAS GESTIÓN PERÚ.* 08 de Enero. <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/>
- Pérez, V. (2018). *Tres cosas que los restaurantes campestres deben tener para atraer a los consumidores.* <https://www.larepublica.co/consumo/tres-cosas-que-los-restaurantes-campestres-deben-tener-para-atraer-a-los-consumidores-2107646>
- Ponce, M. (2018). *Caracterización de la gestión de calidad en atención al cliente de las mype del sector servicio rubro restaurantes campestres del distrito de Pocollay, provincia y región de Tacna periodo 2017* [Universidad Católica los Angeles de Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4059>
- Ramírez, 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* [Universidad Católica

Los Ángeles de Chimbote].

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14865/ATENCION_AL_CLIENTE_RAMIREZ_GARCIA_YDALIA_ROCIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rivera, P. (2019). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del Cantón Alausí* [Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6125>

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* [Universidad Católica los Angeles de Chimbote].

<https://repositorio.uladech.edu.pe/>


Samanez, L. (2019). *Gestión de calidad en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes del distrito de Sayan, provincia de Huaura, año 2019*. [Universidad Católica los Angeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/>

Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. (2019). *¿Qué beneficios tengo? | Emprendedor Sunat*. 19 de Febrero.

<https://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>

ANEXOS

Anexo 1: Consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, provincia de Carhuaz, 2020" y es dirigido por Solis Broncano Grimanesa Asunción, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Describir los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en las MYPES del rubro de actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, provincia de Carhuaz, 2020.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria 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 los medios de comunicación de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo gsolisb@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

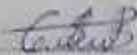
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre GERARDO JUAN PACHECO RAMOS

Fecha 10-10-2020

Correo electrónico esl 968381655

Firma del participante 

Firma del investigador (o encargado de recoger información) 

Anexo 2: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

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

Cuestionario

El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información de los representantes de las MYPES del rubro recreos campestres, para desarrollar el proyecto de investigación titulado: "Caracterización de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas (recreos campestres) en el distrito de Acopampa, provincia de Carhuaz, 2020". Para obtener el grado académico de bachiller en ciencias administrativas.

Se le agradece anticipadamente la información que brinde.

Instrucciones: Sirvase a marcar con una "X" la opción que usted considera.

PREGUNTAS	
CARACTERISTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES (RECREOS CAMPESTRES)	
1. ¿Dentro de qué rango de edad se ubica usted? a. De 20 a 35 años b. De 36 a 50 años <input checked="" type="checkbox"/> c. De 51 años a más	4. ¿Cuál es el cargo que desempeña? <input checked="" type="checkbox"/> a. Dueño b. Administrador c. Gerente
2. ¿Cuál es su género? a. Femenino <input checked="" type="checkbox"/> b. Masculino	5. ¿Cuál es su tiempo de experiencia en el cargo? a. De 0 a 5 años b. De 6 a 10 años <input checked="" type="checkbox"/> c. De 11 años a más
3. ¿Cuál es su grado de instrucción? a. Secundaria b. Superior no universitario <input checked="" type="checkbox"/> c. Superior universitario	6. ¿Qué fue lo que influyó en usted para comenzar con este giro de negocio? <input checked="" type="checkbox"/> a. Generar un ingreso familiar b. Preferencia por la cocina c. Viene de familia (padres, abuelos, etc.)

CARACTERISTICAS DE LAS MYPES (RECREOS CAMPESTRES)	
7. ¿Cuál es la situación legal de la empresa? <input checked="" type="checkbox"/> a. Formal b. Informal	9. ¿Qué tipo de personal prefiere para su empresa? a. Familiares <input checked="" type="checkbox"/> b. Amistades c. Recomendados
8. ¿Qué tiempo de permanencia tiene su empresa en el rubro de negocio? a. De 0 a 5 años b. De 6 a 10 años <input checked="" type="checkbox"/> c. De 11 años a más	10. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa? <input checked="" type="checkbox"/> a. De 0 a 3 trabajadores b. De 4 a 7 trabajadores c. De 8 trabajadores a más

CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPES (RECREOS CAMPESTRES)

- | | |
|---|--|
| <p>11. ¿Define la gestión de calidad al momento de identificar a sus clientes?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>12. ¿Toma en cuenta la gestión de calidad al momento de elaborar el plan de trabajo para su empresa?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>13. ¿Establece objetivos para sacar adelante su empresa?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>14. ¿Ejecuta lo planeado teniendo en cuenta la situación actual de su empresa?</p> <p><input type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>15. ¿Realiza cambios en su empresa para mejorar su gestión cuando piensa que algo no está bien?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> | <p>16. ¿Evalúa los resultados obtenidos de su empresa teniendo en cuenta la gestión de calidad?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>17. ¿Compara los resultados obtenidos con los objetivos trazados en la planificación para tomar medidas correctivas?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>18. ¿Al elaborar los informes de los resultados obtenidos realiza algunas acciones correctivas para implementar en su empresa?</p> <p><input type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>19. ¿Toma en cuenta las conclusiones anteriores al momento de poner en práctica los cambios realizados en su empresa?</p> <p><input type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> |
|---|--|

CARACTERÍSTICAS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MYPES (RECREOS CAMPESTRES)

- | | |
|--|--|
| <p>20. ¿Instruye a sus trabajadores para brindar una atención inmediata a sus clientes?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>21. ¿Ofrece un servicio inmediato a sus clientes para satisfacer sus necesidades?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>22. ¿Recomienda a su personal brindar un buen trato a sus clientes?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>23. ¿Analiza y elabora alguna estrategia para atraer más clientes a su empresa?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> | <p>24. ¿Su personal está debidamente capacitado para brindar un buen servicio a sus clientes?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>25. ¿Su personal aplica sus habilidades para ganarse la confianza de sus clientes?</p> <p><input type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>26. ¿Brinda una atención personalizada para dar facilidad a sus clientes?</p> <p><input type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> c. Nunca</p> <p>27. ¿La infraestructura de su empresa está de acorde a las expectativas del cliente?</p> <p><input type="checkbox"/> a. Siempre</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> b. Algunas veces</p> <p><input type="checkbox"/> c. Nunca</p> |
|--|--|

Anexo 3: Directorio de los recreos campestres del distrito de Acopampa.

N°	RUC	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
1	10320350269	Recreo San Juan	Gerardo Juan, Pacchioni Ramos	Carretera central Wanchacpampa	968381655
2	10320233653	La Cabaña	Julio Samuel, Diaz Bustos	Psje. Rio santa S/N	942171133
3	10320262564	Recreo Los Pacaes	Julia Margarita, Valverde Tadeo	Carretera central S/N, cruce Acopampa	943648055
4	10415741168	Recreo Campestre Vilma	Marco Alfredo, Ibarra Flores	Av. Manuel Torres S/N	932098899 - 973429892
5	10320427351	El Mirador	María Mercedes, Bustos Palomino	Carretera Huaraz Caraz - Acopampa	943640579
6	10320259547	Recreo Pueblo Bello	Jacinta Anatolia, Broncano Osorio	Carretera central km 228.5 - Ucuchá	918012795
7	10080974782	Recreo Campestre Costa Verde	Julián Modesto, Figueroa Toro	Carretera central km 229 - Ucuchá	943633496
8	10320253565	Recreo Davico	Juan David, Quito Lliuya	Av. Manuel Torres S/N - Acopampa	930904785
9	10428763021	Recreo Yacumama	Jesus Higaldo, Huerta Pérez	Psje. Capilla Puncullacá	917852219
10	-	Recreo Virgen de Guadalupe	Luisa, Advíncula	Carretera central S/N, antes del puente Chuchún	-
11	10320261797	Recreo El Huerto	María Elena, Nieto Valvas	Av. Manuel Torres S/N	-