



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES  
RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA  
LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA  
EMPRESA: CASO CEVICHERÍA “MAR DE COPAS” EN LA  
CIUDAD DE CARHUAZ, 2021**

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

**AUTORA**

**SOLIS BRONCANO, GRIMANESA ASUNCION**

**ORCID: 0000-0002-0096-4841**

**ASESOR**

**CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS**

**ORCID: 0000-0002-6399-5928**

**HUARAZ, PERÚ**

**2023**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0180-061-2023 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **15:30** horas del día **25 de Junio** del **2023** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL** Presidente  
**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA** Miembro  
**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Miembro  
**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA "MAR DE COPAS" EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021**

**Presentada Por :**  
(1211181084) **SOLIS BRONCANO GRIMANESA ASUNCION**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **15**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

**LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL**  
Presidente

**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA**  
Miembro

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Miembro

**Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Asesor



## CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA "MAR DE COPAS" EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021 Del (de la) estudiante SOLIS BRONCANO GRIMANESA ASUNCION, asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 15% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 26 de Setiembre del 2023

---

Mg. Roxana Torres Guzmán  
Responsable de Integridad Científica

## **Jurado**

LIMO VÁSQUEZ MIGUEL ANGEL

ORCID: 0000 0002 7575 3571

PRESIDENTE

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA

ORCID: 0000 0001 6079 2319

MIEMBRO

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE

ORCID: 0000 0001 9140 3451

MIEMBRO

CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000 0002 6399 5928

ASESOR

## **Agradecimiento**

En primer lugar, agradecer a Dios por su bendición y ser mi guía todos los días de mi vida, por darme fuerza para seguir adelante a pesar de las adversidades, por estar conmigo en todo momento; pero, sobre todo, por darme salud y sabiduría para culminar mi carrera profesional.

A mi madre, por su apoyo incondicional en todo momento y ser mi motivo para seguir adelante; a mi familia, por brindarme siempre su apoyo incondicional.

A mis docentes, por sus enseñanzas y ser parte de mi formación profesional, pues sin su apoyo, no hubiera sido posible lograrlo.

## Índice General

Carátula .....	I
Jurado .....	II
Agradecimiento .....	III
Índice General.....	IV
Lista de tablas .....	VI
Lista de figuras .....	VII
Resumen .....	VIII
Abstract.....	IX
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	7
2.1. Antecedentes .....	7
2.2. Bases teóricas .....	15
2.3. Hipótesis.....	23
III. METODOLOGÍA .....	24
3.1. Nivel, tipo y diseño de la investigación .....	24
3.2. Población y muestra .....	24
3.3. Definición y operacionalización de variables .....	26
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	27
3.5. Método de análisis de datos.....	27
3.6. Aspectos éticos.....	27
IV. RESULTADOS .....	29
4.1. Resultados .....	29
4.2. Discusión .....	40
V. CONCLUSIONES.....	57
VI. RECOMENDACIONES .....	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	59
ANEXOS	
Anexo 1: Matriz de consistencia	
Anexo 2: Instrumento de recolección de información	
Anexo 3: Validez del instrumento	

Anexo 4: Confiabilidad del instrumento

Anexo 5: Formatos de consentimiento informado

Anexo 6: Documento de aprobación para la recolección de la información

Anexo 7: Evidencias de ejecución

## Lista de tablas

<b>Tabla 1</b> Características de la fiabilidad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. .	29
<b>Tabla 2</b> Características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. ....	31
<b>Tabla 3</b> Características de la seguridad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. .	33
<b>Tabla 4</b> Características de la empatía como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. .	35
<b>Tabla 5</b> Características de elementos tangibles como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. ....	37
<b>Tabla 6</b> Propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. ....	39

## Lista de figuras

<b>Figura 1</b> Características de la fiabilidad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. ....	30
<b>Figura 2</b> Características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.....	32
<b>Figura 3</b> Características de la seguridad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. ....	34
<b>Figura 4</b> Características de la empatía como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. .	36
<b>Figura 5</b> Características de elementos tangibles como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021. ....	38

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general establecer una propuesta de mejora de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021, como metodología se propuso una investigación con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal – descriptivo, se contó con una población de 178 clientes y como muestra se tomaron a 122 clientes, la técnica empleada fue la encuesta y el instrumento un cuestionario de 16 preguntas; de las cuales se obtuvo el siguiente resultado: el 56.56% está satisfecho puesto que el servicio que presta la empresa es de óptima calidad; el 54.10% considera que la empresa no cumple con el servicio en el tiempo establecido, por lo que se sienten insatisfechos; el 53.28% está satisfecho pues los empleados muestran un trato amable; el 39.34% se siente insatisfecho con los empleados, ya que no poseen habilidades y conocimientos suficientes; el 54.92% piensa que el horario de atención son los adecuados, por lo que están satisfechos; el 59.84% reconoce que los equipos e instalaciones están de acorde al rubro, por ende están satisfechos. Se concluyó que, la mayoría de los clientes se sienten satisfechos con el servicio que ofrece la empresa, el trato de los empleados, el horario de atención, los equipos e instalaciones; sin embargo, están insatisfechos con ciertos empleados que no tienen la suficiente capacidad de respuesta y de no recibir el servicio en el tiempo establecido, originando cierta desazón.

**Palabras clave:** Cevichería, gestión de calidad, satisfacción del cliente.

## **Abstract**

The general objective of this research was to establish a proposal to improve customer satisfaction for the quality management of the micro and small business: Cevicheria case "Mar de Copas" in the city of Carhuaz, 2021, as a methodology was proposed a research with quantitative approach, descriptive level, non-experimental design - transversal - descriptive, had a population of 178 clients and as a sample were taken 122 clients, the technique used was the survey and the instrument a questionnaire of 16 questions; of which the following result was obtained: 56.56% is satisfied since the service provided by the company is of optimal quality; 54.10% consider that the company does not comply with the service in the established time, so they feel dissatisfied; 53.28% are satisfied because the employees show a friendly treatment; 39.34% are dissatisfied with the employees, because they do not have sufficient skills and knowledge; 54.92% think that the opening hours are adequate, so they are satisfied; 59.84% recognize that the equipment and facilities are in accordance with the heading, so they are satisfied. It was concluded that most customers are satisfied with the service offered by the company, the treatment of employees, the opening hours, equipment and facilities; However, they are dissatisfied with certain employees who do not have sufficient responsiveness and failure to receive service within the set time, causing some unease.

**Keywords:** Cevicheria, quality management, customer satisfaction.

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción del problema

Actualmente la satisfacción del cliente es un elemento vital para la implementación de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, para que así se logre sosegar el impacto de la crisis económica y sanitaria causada por el COVID-19 y de esta manera contribuir con la reactivación económica a nivel mundial.

Es así que, buscando identificar las distintas problemáticas que aquejan a los países de Latinoamérica, Monroy y Urcádiz (2019) mencionan que las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector servicios de México relacionado al rubro de restaurantes, son consideradas pilares para el desarrollo de la economía de todos los países, puesto que reúnen un poco más de la cuarta parte de ingresos de las unidades económicas y casi la quinta parte de la generación de empleo; sin embargo, la presidenta de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados A. C. (CANIRAC) señaló que se identificaron cinco tipos de especialidades de restaurantes que tienen dificultades en gestión de calidad y que carecen de instrumentos de que valoren la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, siendo estos; la italiana, la mexicana, la japonesa, la internacional y la de mariscos, estos resultados demuestran la ineficiencia al momento de brindar el servicio, ya sea, por la gran demanda de clientes los colaboradores no realizan una atención rápida, o simplemente no tienen esa capacidad de respuesta, ocasionando malestar entre los consumidores que acuden al establecimiento. Otro problema que se presentó, fue una fuerte crisis económica a causa de la pandemia de Covid-19, que trajo consigo el cierre de todas las actividades comerciales generando grandes pérdidas económicas en todos los sectores, en estos últimos meses se vienen reactivando la mayoría de las actividades comerciales, pero en algunos casos con ciertas dificultades, puesto que, tienen que implementar protocolos de medidas sanitarias y esta inversión requiere recursos económicos con los que no cuentan, por lo que se ven forzados a cerrar sus negocios.

Por otro lado, López (2018) manifiesta que las MYPES dedicadas al rubro de restaurantes en la ciudad de Guayaquil en Ecuador han ido en aumento, ocasionando que el mercado sea cada vez más exigente y competitivo, motivo por el cual, la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes deben estar en constante evaluación; sin embargo, se demuestra que la mayoría de estas MYPES no toman en cuenta la gestión de calidad para una mejora

continua, puesto que ni los representantes ni sus colaboradores, poseen conocimientos referente a la satisfacción del cliente al momento de brindar el servicio, tal es así, que se encontró insatisfacción con las dimensiones capacidad de respuesta y empatía, quedando demostrado la falta de capacitación y motivación al personal por parte de la empresa, por esa razón, se propone programas de capacitación de calidad y satisfacción del cliente orientadas al personal de servicio para establecer una ventaja competitiva y revertir la situación que se viene atravesando.

En tanto, Cárdenas y Díaz (2019) consideran que las MYPES del Perú dedicadas a la gastronomía es de los rubros con mayor desarrollo y generación de empleo a nivel nacional, permitiendo que más MYPES realicen sus inversiones en este rubro. Tal es así que, en el 2017 el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) consideró a la ciudad de Tarapoto como uno de los destinos turísticos de la selva peruana con más visitantes, permitiendo el crecimiento de las MYPES que ofrecen servicios turísticos, como el caso de los restaurantes, pese a ello, la realidad es que la mayoría de estos restaurantes desconocen la gestión de calidad, y no realizan una buena administración para lograr una mejora continua, no consideran la importancia de la atención al cliente y su satisfacción de las mismas debido a que desconocen la magnitud del servicio en el rubro, ocasionando que los clientes opten por buscar otras alternativas que les cubra sus necesidades respecto al servicio. Para ello, se deben involucrar aspectos relacionados con la empatía, seguridad, confiabilidad, entre otros aspectos importantes que conlleve a brindar un buen servicio y por ende conseguir la plena satisfacción del cliente.

Por su parte, Dávila y Barboza (2019) manifiestan que la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes que ofrecen las MYPES orientadas al rubro de restaurantes y afines son un factor de calidad, la cual puede generar cuantiosas pérdidas si no es evaluado adecuadamente, la falta de conocimientos en cuanto a gestión de calidad genera resultados negativos respecto a los objetivos que se quieren lograr dentro de una organización. Tal es así, que en el restaurante Yenifer de la ciudad de Tarapoto se encontraron falencias al momento de brindar el servicio, ya que no aplican adecuadamente la gestión de calidad, tampoco toman en cuenta la satisfacción del cliente, recayendo la responsabilidad de forma directa al personal por la forma de atención en el restaurante, comprobándose que existe un mal servicio al cliente, porque no cuentan con una acertada exhibición de la variedad de platillos que ofrece a

diario, para revertir estos resultados se debe realizar capacitaciones al personal en cuanto a capacidad de respuesta para mejorar el servicio que se brinda al cliente y así mismo motivarlos para un mejor desempeño y así lograr la satisfacción del cliente.

Asimismo, Cano (2019) afirma que en la región Ancash las MYPES dedicadas al rubro de restaurantes, vienen atravesando dificultades en la aplicación de la gestión de calidad, puesto que sus representantes carecen de conocimientos y no buscan la mejora continua en sus organizaciones, de igual manera, los colaboradores no consideran la satisfacción del cliente al momento de brindar el servicio, razón por lo que el servicio que ofrecen dichas empresas son de baja calidad y los clientes se sienten insatisfechos; igualmente, Limas (2019) menciona que los colaboradores de las MYPES de la ciudad de Huaraz del rubro restaurantes, realizan sus actividades con un nivel de calidad bajo y no consideran importante la aplicación de la gestión de calidad, lo que trae como consecuencia el incumplimiento de los objetivos que se fijaron al inicio de sus actividades; asimismo, no toman en cuenta la satisfacción del cliente porque los colaboradores de dichas empresa, no ofrecen una adecuada atención a los clientes ya que carecen de capacidad de respuesta.

La misma situación se puede observar en las MYPES que prestan servicios de restaurantes en la ciudad de Carhuaz, puesto que una parte de los representantes trabajan de manera empírica y desconocen la gestión de calidad y por ello no toman la debida importancia; asimismo, no prestan atención a la percepción que tienen los clientes sobre el servicio que ofrecen, por lo que no ponen en práctica las dimensiones de la satisfacción del cliente y por ende, de la calidad de servicio, como son: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Es ese sentido, es importante evaluar la caracterización de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.

## **1.2. Formulación del problema**

Por todos los problemas antes mencionados que aquejan a las MYPES, es necesario el planteamiento de la propuesta de mejora para una mejor gestión de la calidad; para lo cual, se plantea el siguiente problema de investigación:

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuál es la propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?

### **1.2.2. Problemas específicos**

1. ¿Cuáles son las características de la fiabilidad como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?
2. ¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?
3. ¿Cuáles son las características de la seguridad como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?
4. ¿Cuáles son las características de la empatía como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?
5. ¿Cuáles son las características de los elementos tangibles como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Establecer una propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

1. Determinar las características de la fiabilidad como factor relevante de la satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.

2. Diagnosticar las características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.
3. Analizar las características de la seguridad como factor relevante de la satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.
4. Precisar las características de la empatía como factor relevante de la satisfacción del cliente en la en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.
5. Describir las características de los elementos tangibles como factor relevante de la satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.

#### **1.4. Justificación**

##### ***1.4.1. Justificación teórica***

El presente trabajo de investigación se justifica teóricamente porque muestra la preponderancia de la satisfacción del cliente y la gestión de calidad, pues es sabido que para fidelizar a los clientes las organizaciones deben aplicar estrategias de mejoras continuas que contribuyan a mejorar la calidad del servicio, y por ende, la satisfacción del cliente; por lo tanto, en esta investigación se abordará temas como satisfacción del cliente y gestión de calidad, y para conseguirlo se tomarán autores de fuentes confiables y así contribuir con la cevichería “Mar de Copas” de la ciudad de Carhuaz. La importancia de la explicación teórica de esta investigación servirá como guía para proseguir, aportar y originar nuevas investigaciones vinculadas a la satisfacción del cliente y gestión de calidad de la MYPE en estudio.

##### ***1.4.2. Justificación práctica***

Como justificación práctica, en esta investigación no solo se buscará solucionar inconvenientes que agobian a la cevichería “Mar de Copas” de la ciudad de Carhuaz; sino que por medio de este se logrará la satisfacción del cliente, igualmente, la mejora en atención del personal de servicio.

#### ***1.4.3. Justificación económico – social***

En lo económico, proporcionará a la empresa la fidelización de los clientes, publicidad gratuita y una fluida participación en el mercado; estos factores contribuirán a que la empresa obtenga una mayor rentabilidad. En lo social, será de beneficio para los clientes actuales y potenciales, debido a la calidad de servicio otorgado; de igual manera dentro de la empresa existirá un mejor clima laboral beneficiando la satisfacción tanto del cliente interno y como externo.

#### ***1.4.4. Justificación metodológica***

En lo metodológico, se justifica porque será de gran ayuda para futuras investigaciones que requieran informes sobre temas relacionados a satisfacción del cliente como una referencia bibliográfica, la cual contribuirá a solucionar inconvenientes de futuros estudiantes de la carrera de administración, pues esta investigación contiene información relevante sobre satisfacción del cliente.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Antecedentes internacionales

Rivera (2019) en su tesis titulado *Calidad de servicios y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del Cantón 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 17 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 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 por atender es regular, el 30% de los turistas mencionan que las instalaciones se muestran atractivas y la señalética adecuada es regular, el 27% de los turistas mencionan que el diseño de materiales como: carta de 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.

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, la metodología empleada fue de tipo descriptivo, como instrumento se utilizó el cuestionario y como técnica la encuesta de 12 preguntas dirigidos a 361 clientes. Teniendo como resultado, en cuanto a la calidad de atención al cliente el 56% de los encuestados respondieron 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; en cuanto a capacidad de respuesta, el 80% de los clientes consideran que se está cumpliendo con las expectativas en cuanto a amabilidad y cortesía, el 61% de los clientes consideran que se está cumpliendo con las expectativas en cuanto a la rapidez en el servicio, el 37% de los clientes consideran que se está cumpliendo con las expectativas en cuanto a la temperatura ambiente; en cuanto al entorno físico, el 40% de los encuestados califican las instalaciones del restaurante como buenas, el 58% de los clientes manifestaron que la información que contiene la carta del menú es buena, el 61% de los clientes manifestaron que la limpieza de las instalaciones del restaurante es buena, el 52% de los clientes califica los alimentos y bebidas que ofrece el restaurante como buenos, el 37% de los clientes califican la temperatura ambiente de las instalaciones del restaurante como regulares, el 55% de los encuestados respondieron que la disponibilidad de mesa en el restaurante es buena. 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, 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 y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación fue de tipo descriptivo, se basó en 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 18 preguntas encontrando los siguientes resultados: 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 68% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que los utensilios bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestados con adecuado estado de limpieza, el 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero, el 48% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal del restaurante realiza bien el servicio desde la primera vez, el 46% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos, 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 39% de los clientes está de acuerdo 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 47% de los clientes no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que la carta ofrece información detallada sobre el menú diario, el 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada, el 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante ofrece horarios de servicios convenientes a las necesidades de los clientes, el 44% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante se muestra perceptivo ante sus inquietudes y sugerencias, el 36% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante comprende las necesidades alimenticias de sus clientes. Para terminar, se concluyó 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.

### **2.1.2. Antecedentes nacionales**

Paz (2020) en su tesis titulado *Gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPE rubro restaurante en el centro de Chulucanas, año 2020*, tuvo como objetivo general conocer las características de gestión de calidad y satisfacción del cliente que tienen las MYPE rubro restaurante en el centro de Chulucanas, año 2020. La metodología empleada tuvo un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y con diseño no experimental de corte transversal, la población estuvo conformada por 138 clientes y 3 propietarios, como instrumento de la investigación se utilizó un cuestionario de 10 preguntas, la técnica de recolección de datos fue la encuesta; encontrando como resultado referente a la variable satisfacción del cliente, que el 53% de los clientes quedaron satisfechos después de recibir el servicio, el 57% de los clientes manifiestan que la higiene en el restaurante es primordial para satisfacer al cliente, 87% de los clientes señalan que el menú presenta diferente variedad del producto, el 30% de los clientes consideran que es muy probable que recomendarían este restaurante a sus amigos y/o familiares, el 65% de los clientes consideran que el restaurante si presenta algún tipo de entretenimiento, el 47% de los clientes manifiestan su nivel de satisfacción respecto a la calidad del servicio es bueno, el 53% de los clientes consideran que el sistema de ventilación en el restaurante es regular, el 50% de los clientes consideran que los elementos de seguridad dentro del restaurante es regular, el 57% de los clientes consideran que su nivel de satisfacción con la amabilidad del personal para atender a los clientes es bueno, el 80% señalan que con el tiempo sus necesidades como cliente pueden cambiar en el restaurante. En conclusión, la gran parte del cliente está satisfecho con el servicio brindado, manifestando que una de las características que debería tener un restaurante es la higiene, presentan entretenimiento al cliente y hay variedad en el producto; asimismo, en la dimensión atributos, un mayor porcentaje califica que el personal muestra amabilidad en atención al cliente; sin embargo, manifiestan que con el tiempo sus necesidades pueden cambiar en el restaurante.

Roncal (2020) en su tesis titulado *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro FIAL S.R.L Satipo, 2020*, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro FIAL S.R.L Satipo, 2020. La metodología empleada fue de tipo

correlacional, nivel cuantitativo y diseño no experimental correlacional, la población estuvo compuesta por 30 clientes las mismas que conforman la muestra censal, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de escala de Likert de 12 preguntas. Encontrando como resultado, respecto a la calidad de servicios que el 93,33% de clientes manifiestan que algunas veces la empresa aplica acciones de mejora en la atención al cliente buscando la excelencia y la satisfacción de sus consumidores, el 90% de clientes afirman que algunas veces percibieron cierta fiabilidad de los empleados en el tiempo durante el proceso de venta, el 50% de clientes afirman que algunas veces percibieron la disposición de ayudarlo por parte de los empleados de la empresa, el 63,33% de los clientes afirman que casi siempre la empresa tiene como compromiso velar por la seguridad del cliente generando confianza para un adecuado servicio, el 83,33% de los clientes afirman que casi siempre la empresa practica la empatía con sus clientes con el fin de conectar y entender sus necesidades manteniendo una comunicación fluida y eficaz, el 80% de los clientes afirman que algunas veces la empresa toma muy en serio la infraestructura; respecto a la satisfacción del cliente podemos observar que el 93,33% de los clientes afirman que la empresa casi siempre aplica acciones para satisfacer al cliente a través del servicio y el producto que ofrece, el 90% de los clientes afirman que siempre la empresa toma en cuenta la sensación que causa en el cliente luego de la compra, el 90% de los clientes afirman que siempre la empresa aplica acciones para garantizar una atención con buena actitud buscando la conformidad de sus clientes, el 90% de los clientes afirman que siempre la empresa busca el nivel de confianza ya que de ello depende las recomendaciones por parte del cliente, el 90% de los clientes afirman que siempre la empresa busca crear expectativas altas en el cliente para atenderlos de la mejor manera. Para concluir, se muestra una realidad aceptable sobre la aplicación de acciones en la empresa, sobre la mejora en la atención al cliente buscando la excelencia y la satisfacción de sus consumidores, cabe indicar que se encontró prioridad absoluta para ofrecer servicios de calidad para el mejoramiento como empresa.

Cuenca (2019) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES del sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018.*, tuvo como objetivo general determinar la caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018, la metodología empleada fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no

experimental; aplicando la encuesta y cuestionario de 10 preguntas como instrumentos y técnicas de recolección de datos; con una población de 68 clientes de las 18 MYPES dedicadas al rubro de restaurantes, obteniendo como resultado que el 76% de los clientes opinan que la empresa no considera al cliente como prioridad, el 100% de los clientes mencionan que la empresa no evalúa sus indicadores que compra, el 90% de los clientes consideran que la empresa no utiliza términos correctos de acuerdo a su nivel de comunicación oral, el 91% de los clientes consideran que la empresa no ofrece soluciones ante alguna controversia o inquietud que estos tengan, el 91% de los clientes consideran que la empresa no cumple con todos los servicios que ofrecen, el 51% de los clientes mencionan que la empresa no cubre cada una de sus necesidades, el 91% de los clientes refieren que la empresa no ofrece calidad de atención al ofrecer sus servicios, el 91% de los clientes manifiestan que la empresa no valora la percepción del cliente, el 91% de los clientes refieren que la empresa no ofrece sus productos en base al enfoque al cliente, el 51% de los clientes consideran que la empresa no cubre cada una de sus expectativas; concluyendo que tanto el dueño como el personal no está comprometida con ofrecer productos de calidad y que la empresa no evalúa sus indicadores de compra.

### **2.1.3. Antecedentes regionales o locales**

Cano et al. (2019) en su tesis titulado *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción al cliente del restaurante el Fogón, Huaraz-2019*, tuvieron como objetivo general determinar cómo la calidad de servicio se relaciona con la satisfacción del cliente en el restaurante el Fogón, Huaraz-2019; como metodología empleada un enfoque cuantitativo, de tipo transeccional no experimental – cuantitativo con un diseño de investigación descriptiva, correlacional - no experimental, contó con una población y muestra de 30 clientes respectivamente, de tal manera que se aplicó la encuesta como técnica y como instrumento un cuestionario conformado por 13 preguntas en medición de escala de Likert. Los resultados encontrados fueron que el 53% de los clientes están de acuerdo con el tiempo de espera que promete el restaurante para atender sus pedidos, el 61% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que el tiempo que le dedica el personal del restaurante, es suficiente para responder a sus preguntas e inquietudes, el 46% está en desacuerdo que el desempeño del personal del restaurante es adecuado, el 74% está totalmente de acuerdo que las instalaciones físicas del restaurante son visualmente atractivas, el 54% están de acuerdo que los equipos del restaurante

son convenientes para su situación de consumo, el 49% considera estar de acuerdo que los mozos están uniformados adecuadamente, el 57% está de acuerdo en que el restaurante cubre sus pedidos de manera inmediata, el 51% está de acuerdo que tuvo alguna duda sobre el servicio, y el mozo lo esclareció, el 45% está de acuerdo que los mozos son comunicativos en el servicio que brindan, el 48% está de acuerdo que los mozos atienden sus dudas de forma eficiente, el 58% está de acuerdo que el sistema de recepción y atención de pedidos en el restaurante es rápido, el 56% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que cuándo sucede algún inconveniente el mozo le escucha y busca soluciones rápidas, el 64% está de acuerdo de sentirse seguro en las instalaciones del restaurante. En conclusión, se puede afirmar que el restaurante se enfoca en la situación tangible de su empresa demostrando a sus clientes la comodidad dentro de su local; asimismo, podemos afirmar que los clientes sienten confianza hacia colaboradores del restaurante dando así buenos comentarios sobre ellos, puesto que el restaurante ofrece una buena atención por parte de sus colaboradores y cuenta con una capacidad de respuesta rápida hacia sus comensales.

Cano (2019) en su investigación titulado *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016*; tuvo como objetivo general determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016. La metodología que utilizó la presente investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y correlacional, diseño no experimental – transversal, la muestra estuvo conformada por 93 clientes del restaurante “La Rinconada” de la ciudad de Huarney, a quienes se le aplicó un cuestionario de 15 preguntas bajo el modelo de Likert, usando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 78% afirman están totalmente de acuerdo con el producto brindado, el 51% afirman estar totalmente de acuerdo con la resolución de problemas, el 43% afirman que están totalmente de acuerdo que el restaurante tiene ventajas con respecto a la competencia, 58% afirman están totalmente de acuerdo en que los servicios están orientados hacia el cliente, el 50% afirman que están totalmente de acuerdo con el cumplimiento de los requisitos del cliente, el 64% de los encuestados afirman están totalmente de acuerdo con la calidad del servicio, el 72% afirman que están totalmente de acuerdo en que experimentan bienestar en el

restaurante, el 79% afirman que están totalmente de acuerdo que son clientes fieles con el restaurante, el 73% afirman que están totalmente de acuerdo con la presentación del personal, el 72% afirma que el nivel de satisfacción es excelente, el 51% afirma que están totalmente de acuerdo con los servicios postventa, el 63% afirma estar totalmente de acuerdo con el uso de procesos en los pedidos del cliente, el 80% afirman que están totalmente de acuerdo con el uso de principios para una mejora continua. En conclusión, la mayoría de los clientes manifiestan un nivel de satisfacción calificado como excelente en función a que la mayoría están totalmente de acuerdo en que reciben un producto adecuado, la resolución de problemas es oportuno, el producto está orientado al cliente, cumplen con los requisitos del cliente, el producto es de calidad, el cliente experimenta bienestar y, por tanto, son clientes fieles al restaurante.

Limas (2019) en su tesis titulado *Desempeño laboral y satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken, Huaraz – 2019*, tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre el desempeño laboral y la satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken en Huaraz 2019. La metodología aplicada en esta investigación es de tipo cuantitativo y de alcance correlacional, el diseño es no experimental, donde se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de 15 preguntas validado por juicios de expertos dirigido a 384 clientes de la Pollería Roy Chicken en Huaraz, obteniendo los siguientes resultados: en cuanto a la satisfacción del cliente el 31.5% de los encuestados refieren que a veces la pollería cumple con hacer algo en una fecha determinada, el 34.1% de los encuestados refieren que casi siempre la pollería muestra un interés sincero por solucionarlo cuando se presenta un problema, el 40.1% de los encuestados refieren que siempre los recibos o boletos que emite la pollería son confiables, el 38.5% de los encuestados refieren que siempre la pollería lleva a cabo la prestación de sus servicios en el momento que informa que va a hacerlo, el 31.0% de los encuestados refieren que siempre la pollería brinda servicios exentos de errores, el 36.5% de los encuestados refieren que siempre el comportamiento de los empleados de la pollería le inspira confianza, el 30.5% de los encuestados refieren que casi siempre se sienten seguros en sus transacciones o trámites de la pollería, el 31.8% de los encuestados refieren que siempre los empleados de la pollería suelen ser corteses, el 42.7% de los encuestados refieren que siempre los empleados de la pollería les inspiran seguridad en cuanto a sus servicios, el 35.7% de los encuestados refieren que siempre se sienten seguros con la calidad de alimentos que le

ofrecen en el restaurante, el 28.4% de los encuestados refieren que siempre la pollería le proporciona atención individualizada, el 33.1% de los encuestados refieren que casi siempre la pollería tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus usuarios, el 37.0% de los encuestados refieren que siempre la pollería cuenta con empleados suficientes para proporcionar una atención personalizada, el 38.5% de los encuestados refieren que siempre los empleados de la pollería comprenden sus necesidades específicas como cliente, el 43.0% de los encuestados refieren que siempre los empleados de la pollería se interesan por sus necesidades como cliente; es así que se llegó a la siguiente conclusión: la relación directa y significativa entre las variables desempeño laboral y satisfacción del cliente es evidente, por lo que un buen desempeño laboral va a contribuir a la satisfacción del cliente, quien es la razón de ser de las empresas, quienes se centran en el cliente, tienen la oportunidad de permanencia y crecimiento en el mercado.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Satisfacción del cliente**

Torres (2018) sostiene que la satisfacción es la apreciación que realiza el cliente en relación a un producto o servicio, las mismas que a su vez están condicionadas por las cualidades propias del servicio y la forma de cumplir con las expectativas del cliente. Por ello es sumamente importante para las organizaciones conseguir la plena satisfacción de los clientes para llegar a la mente de los consumidores finales, quienes en adelante serán sus clientes, debiéndose incluir en todas las áreas de la empresa con el objetivo de mantener al cliente satisfecho.

En un primer momento, la satisfacción del cliente fue vista como una simple respuesta del cliente al ser satisfecha sus necesidades; pero, en la actualidad la satisfacción no solo compete al “sentimiento de saciedad”, sino que va más allá, ya que se establecen factores como una “respuesta emocional afectiva positiva y una aprobación o rechazo cognitivo”. Resumiendo, se determina que la satisfacción es una postura que posee todo cliente frente a un producto o servicio (Arenal, 2019).

Hoy en día, es una condición indefectible conseguir y conservar la plena satisfacción del cliente, puesto que es uno de los objetivos fundamentales de todas las organizaciones; por tal motivo, es de suma importancia que los colaboradores sepan de los beneficios que conlleva el logro de la satisfacción del cliente, “cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción,

cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido”, para que así, estando mejor capacitados trabajen de una manera más eficaz para cumplir el objetivo (Izquierdo, 2019).

### **Importancia de la satisfacción del cliente.**

Los indicadores de medida de la satisfacción toman mayor importancia desde el momento que decretan estándares de calidad, implantándose por primera vez en el año 1994, denominado “Índice Estadounidense de Satisfacción del Cliente (American Customer Satisfaction Index, ACSI)” las cuales se rigen en gran parte de Norteamérica y América Latina.

Por eso Torres (2018) sostiene que la plena satisfacción del cliente depende de dos componentes esenciales como son la calidad del servicio y las expectativas del cliente. Es así que, si el cliente queda satisfecho volverá por los servicios brindados, recomendará a nuevos clientes y se establecerán la relaciones que harán que nos vean como su primera opción; de lo contrario, el cliente puede influir negativamente frente a los demás, prescindir de nuestros servicios y crear una mala imagen de la empresa. Para evitar estos problemas, es importante mantener en alto la calidad de los servicios que se ofrecen a los clientes, pues de eso dependerá la satisfacción de las mismas.

### **Beneficios de la satisfacción del cliente.**

Siempre se debe tener presente que los clientes actuales son importantes fuentes de ingresos de todas las organizaciones, por esa razón, se debe dedicar tiempo y esfuerzo en conseguir la plena satisfacción de las mismas al ofrecer un producto o servicio (Izquierdo, 2019).

Es así que un cliente satisfecho:

- ✓ Vuelve a adquirir el bien o servicio.
- ✓ Informa sus experiencias positivas con el producto o servicio.
- ✓ Deja de lado a la competencia.

Y como beneficio la organización consigue:

- ✓ La fidelización del cliente y la probabilidad de una siguiente compra.
- ✓ La publicidad gratuita a los familiares, amistades o conocidos del cliente.
- ✓ Una definida participación en el mercado.

## **Elementos de la satisfacción del cliente.**

Para Izquierdo (2019) los elementos que forman parte de la satisfacción del cliente son las siguientes:

### ***1. El rendimiento percibido.***

Se refiere al “valor que el cliente considera que ha logrado” después de adquirir un producto o servicio, cuyas características son:

- ✓ Es determinado desde la perspectiva del cliente, mas no de la empresa.
- ✓ Está basado en resultados y percepciones del cliente en base al producto o servicio.
- ✓ Sufre la impresión de los criterios de terceros que influyen en el cliente.
- ✓ Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

### ***2. Las expectativas.***

Se refiere a “aquello que los clientes esperan conseguir” al adquirir un producto o servicio, las mismas que son creados en base a estas situaciones:

- ✓ Ofrecimiento de la organización a cerca de los beneficios que otorga el producto o servicio.
- ✓ Experiencias de anteriores compras.
- ✓ Apreciaciones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
- ✓ Ofertas que prometen la competencia.

### ***3. Los niveles de satisfacción.***

Se refiere al “nivel de conformidad” que tiene el cliente al momento de adquirir un producto o solicitar un servicio, las mismas que perciben tres tipos de niveles, las cuales son:

- ✓ **Insatisfacción;** cuando el producto o servicio no logra las perspectivas del cliente.
- ✓ **Satisfacción;** cuando el producto o servicio logra las perspectivas del cliente.
- ✓ **Complacencia;** cuando el producto o servicio sobrepasa las perspectivas del cliente.

La satisfacción del cliente es considerada como una mezcla de emociones las mismas que pueden ser de agrado o decepción que un bien y/o servicio causa en una persona como reacción ante la compra, si la respuesta es más escasa que las probabilidades, el cliente queda insatisfecho, si son iguales a las probabilidades, estará satisfecho y si supera las probabilidades, el cliente estará muy satisfecho o complacido. La satisfacción del cliente se

logrará en base a técnicas de comunicación y atención, así mismo dependerá de la calidad del producto y/o servicio que se ofrece (Arenal, 2019).

Por todo lo dicho, Ramírez (2017) considera que la satisfacción del cliente se mide en base a la calidad del servicio, puesto que la calidad es el elemento que prevalece en la apreciación del cliente.

### ***1. Fiabilidad.***

Es el talento para ejercer el servicio que se garantiza de forma certera y puntual.

#### **✓ Cumplimiento de promesa.**

Se refiere al compromiso que establece la empresa para con sus clientes al momento de brindar el servicio.

#### **✓ Resolución de problemas.**

Es la capacidad de identificar un problema, tomar medidas lógicas y saber solucionarlas de la mejor manera posible evaluando la mejor solución.

#### **✓ Buen servicio.**

Es la capacidad que tiene la empresa para lograr la satisfacción del cliente.

#### **✓ Cumplimiento de plazo.**

Se refiere al compromiso que adquiere una empresa con sus clientes dentro de un tiempo determinado.

### ***2. Capacidad de respuesta.***

Es la disposición que se tiene para asistir a los clientes, de igual manera para abastecer el servicio de forma inmediata.

#### **✓ Comunicación.**

Es la información que se trasmite entre dos o más personas con el objetivo de dar a conocer sobre algún tema en específico.

#### **✓ Servicio rápido.**

Es la capacidad que tiene la empresa para brindar un servicio inmediato, es así que los clientes esperan que sus pedidos sean atendidos con rapidez.

#### **✓ Ayuda inmediata.**

Es el servicio que se otorga de manera oportuna y rápida según las necesidades del cliente.

✓ **Empleados disponibles.**

Se refiere al personal que está destinado a brindar el servicio inmediatamente cada vez que el cliente lo requiera.

**3. Seguridad.**

Es la habilidad, amabilidad y conocimiento que tienen los empleados para inspirar confianza y sinceridad a los clientes.

✓ **Comportamiento confiable.**

Es la conducta que poseen los empleados, las cuales brindan seguridad y confianza a los clientes, promoviendo un mejor acercamiento y relación con las mismas.

✓ **Clientes seguros.**

Se refiere a la seguridad física y confianza que tienen o sienten los clientes hacia el establecimiento, por lo que acuden de manera continua a solicitar el servicio.

✓ **Amabilidad de los empleados.**

Es el acto de gentileza que tienen los empleados para interactuar con los clientes, demostrando atención y respeto al momento de brindar el servicio.

✓ **Conocimientos suficientes.**

Es la capacidad que posee toda persona para comprender y demostrar su habilidad de identificar, observar y analizar los hechos y la información que le rodea.

**4. Empatía.**

Es la atención personalizada y atenta que se brinda a los clientes.

✓ **Horarios de trabajo.**

Se refiere al horario de atención establecido por la empresa para la atención de los clientes, es la disposición de la jornada que fija la apertura y cierre del establecimiento.

✓ **Atención personalizada.**

Es la atención que implica un trato directo o personal entre un determinado trabajador y un determinado cliente, y que toma en cuenta las necesidades, gustos y preferencias de este último.

✓ **Interés por los clientes.**

Es la actitud que se tiene por las personas, si interactuamos con ellas, tendremos más posibilidades de ganarnos su confianza.

✓ **Necesidades de los clientes.**

Son los estados de carencia percibida por los clientes que los impulsan a adquirir un determinado producto o servicio, por eso, es importante comprender las razones que lo llevan a tomar su decisión de compra.

**5. Elementos tangibles.**

Es el aspecto físico del establecimiento, equipo, personal y los materiales escritos.

✓ **Equipos.**

Son aquellos aparatos de naturaleza técnica que la empresa emplea para elaborar y/o conservar los productos que son ofrecidos en el establecimiento.

✓ **Instalaciones.**

Se refiere a la infraestructura de la empresa, el ambiente físico que sirve para la atención de los clientes.

✓ **Empleados.**

Son personas que trabajan en una empresa a cambio de una remuneración económica, son los encargados de brindar atención a los clientes.

✓ **Elementos materiales.**

Son todos aquellos elementos que integran a la empresa y se utilizan tanto para la fabricación y/o elaboración de un producto, o como también para la prestación de servicios.

**2.2.2. Gestión de calidad**

Según la Real Academia Española (RAE) (como se citó en Lizarzaburu et al., 2018), mencionan “que entiende por gestión a ‘la acción y efecto de administrar’, mientras que calidad es definida como la ‘adecuación de un producto o servicio a las características específicas’ y ‘buena calidad, superioridad o excelencia’”, p. 29

Es así que, para Lizarzaburu et al. (2018) es un sistema que busca unir los esfuerzos de una organización con el objetivo de mejorar sus productos o servicios para aumentar las expectativas y la satisfacción de las necesidades de los clientes. Todo producto o servicio que se elabora en una organización, debe estar relacionado con los clientes ya sean internos o externos, las mismas que deben cumplirse a cabalidad por el “sistema de producción o prestación de servicios de la empresa” para lograr la calidad esperada con igualdad, confiabilidad y cero defectos.

Por esta razón, los objetivos a cumplir en una organización orientados en un “sistema de gestión de calidad” son:

- ✓ Lograr la satisfacción de cliente.
- ✓ Captar nuevos clientes.
- ✓ Perfeccionar los procesos de la organización y sumar la eficacia.
- ✓ Brindar productos y/o servicios de calidad.
- ✓ Promover la intervención de los colaboradores.

En tanto, Arenal (2019) sostiene que una excelente calidad es una característica que toda organización que brinda servicios debe poseer para conseguir una mayor productividad, puesto que “la calidad dentro de una organización es un factor importante que genera satisfacción a sus clientes, empleados y accionistas”, asimismo, suministra de instrumentos útiles para una gestión integral. En la actualidad, es preciso realizar los modelos de calidad para conseguir ingresar a competir en un mercado cada vez más exigente; para esto se debe buscar la mejora continua, la satisfacción de los clientes y la homogenización y control de los procesos.

Para lograr que las actividades dentro de una organización funcionen de manera articulada, es necesario implementar un “sistema de gestión de calidad” de tal modo que su talento para brindar bienes o servicios a los clientes cuenten con una garantía, las mismas que le permitan a dicha organización permanecer en el mercado bajo un enfoque de perfeccionamiento continuo (Jabaloyes et al., 2020).

Es por eso que las organizaciones buscan mejorar la eficacia y eficiencia de los procesos en sus productos y servicios para la satisfacción de los interesados, para lo cual implementan procesos que identifique y gestione oportunidades de mejora continua. Estos procesos más establecidos por las organizaciones es el ciclo PHVA atribuido al ISO 9001.

### **Planear (Plan).**

Etapas donde se planifica las actividades y se establecen los objetivos tomando en cuenta la situación actual de la organización, así como sus necesidades y las perspectivas de los interesados. Además, en esta etapa se disponen los recursos que se va a necesitar, siendo preciso identificar las oportunidades y los riesgos.

✓ ***Planificar actividades.***

Consiste en gestionar los recursos disponibles de la empresa y definir las prioridades de la manera más ordenada posible, tomando en cuenta las necesidades de los clientes.

✓ ***Establecer objetivos.***

Establecer objetivos es importante para que la empresa logre alcanzar el éxito, pues éstos marcan un curso a seguir y sirven como fuente de motivación y compromiso para los miembros de la misma.

**Hacer (Do).**

Etapas donde se pone en práctica lo planeado, considerando las competencias y restricciones de los recursos existentes dentro de la organización.

✓ ***Poner en práctica lo planeado.***

Una vez que ya hemos fijado los objetivos y organizado los recursos de la empresa es necesario poner en práctica todo ello, y la dirección es la responsable de llevar a cabo dicho plan.

**Verificar (Check).**

Etapas donde se lleva a cabo el “seguimiento y medición” de las actividades planificadas para informar los resultados obtenidos previos a una evaluación.

✓ ***Seguimiento y medición de actividades.***

El seguimiento y la medición se deben realizar en base a dos razones: primero, validar todas las decisiones tomadas con anterioridad, y segundo, la dirección tiene que revisar y tomar la decisión de realizar los seguimientos.

✓ ***Evaluación de actividades.***

Es un proceso ordenado de recolección de datos, que permite obtener información legítima y fiable para establecer juicios de valor acerca de una situación.

**Actuar (Act).**

Etapas donde es preciso tomar decisiones en base a los resultados obtenidos en la verificación, con el fin de mejorar el rendimiento de la organización para cumplir con los objetivos trazados en la planificación.

✓ ***Cumplimiento de objetivos.***

Un objetivo debe dirigir las prioridades de la empresa, ayudar a medir los resultados y servir como guía para el crecimiento, puesto que identificar y definir los objetivos de una

empresa no es una labor sencilla. Sin embargo, sólo a través de los objetivos y su medición se sabrá si el trabajo ha dado sus resultados.

### **2.3. Hipótesis**

En la presente investigación no se elaboró ninguna hipótesis por tratarse de una investigación de diseño descriptivo, puesto que solo se presentó las características de la variable en estudio; así mismo, no se demostró relación alguna que posee una variable en razón a otra, tal como menciona (Hernández y Mendoza, 2018).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Nivel, tipo y diseño de la investigación

##### 3.1.1. Nivel de investigación

Fue de nivel descriptivo, porque permitió describir y detallar las principales cualidades de la variable en estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

##### 3.1.2. Tipo de la investigación

Fue de tipo cuantitativo, pues permitió medir las cualidades de la variable en estudio, permitiendo encontrar las respuestas apropiadas para la exposición de los resultados, o sea estos resultados fueron medibles (Hernández y Mendoza, 2018).

##### 3.1.3. Diseño de la investigación

Se utilizó un diseño no experimental, porque no se manipuló la variable en estudio, solo se percibió tal y como está en su entorno; transversal porque se actuó por una única vez en la población para obtener los datos, y, descriptivo porque solo se describió la variable en estudio (Hernández y Mendoza, 2018).

#### 3.2. Población y muestra

##### 3.2.1. Población

Hernández y Mendoza (2018) consideran que “la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 195).

Por lo tanto, en esta investigación la población estuvo conformado por 178 clientes de la cevichería “Mar de Copas” de la ciudad de Carhuaz, las mismas que fueron seleccionadas en una semana típica.

##### 3.2.2. Muestra

Hernández y Mendoza (2018) mencionan que “la muestra es el subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta (muestras probabilísticas), si se desean generalizar los resultados” (p. 196).

##### **Muestras probabilísticas.**

En este tipo de muestro todos los integrantes de la población poseen la misma probabilidad de ser elegidos para formar la muestra, obteniendo ya sea según sus características o dimensión, y a través de una elección al azar.

Es así que, para determinar la muestra se aplicó la fórmula de muestra para poblaciones finitas, puesto que se conoce la cantidad de individuos que integran la investigación en estudio, siendo éste:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza.

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p

N = Tamaño de universo.

e = Error de estimación máximo aceptado.

n = Tamaño de la muestra.

Reemplazando la fórmula tenemos:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 178}{0.05^2 * (178 - 1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

n = 121.86

Por tanto, la muestra estuvo conformado por 122 clientes de la cevichería “Mar de Copas” de la ciudad de Carhuaz.

### 3.3. Definición y operacionalización de variables

*Título: Propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción de cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valoración
Satisfacción del cliente	Torres (2018) sostiene que la satisfacción es la apreciación que lleva a cabo el cliente en relación a un producto o servicio, por lo que se considera su medición a través de la calidad.	La satisfacción del cliente será medida considerando la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.	Fiabilidad  Capacidad de respuesta  Seguridad  Empatía  Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento de promesa</li> <li>- Resolución de problemas</li> <li>- Buen servicio</li> <li>- Cumplimiento de plazo</li> <li>- Comunicación</li> <li>- Servicio rápido</li> <li>- Ayuda inmediata</li> <li>- Empleados disponibles</li> <li>- Comportamiento confiable</li> <li>- Clientes seguros</li> <li>- Amabilidad de los empleados</li> <li>- Conocimientos suficientes</li> <li>- Horarios de trabajo</li> <li>- Atención personalizada</li> <li>- Interés por los clientes</li> <li>- Necesidades de los clientes</li> <li>- Equipos</li> <li>- Instalaciones</li> <li>- Empleados</li> <li>- Elementos materiales</li> </ul>	Likert	(5) Muy satisfecho (4) Satisfecho (3) Ni satisfecho, ni insatisfecho (2) Insatisfecho (1) Muy insatisfecho

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información**

#### **3.4.1. Técnica**

Se utilizó la técnica de la encuesta, debido a que por medio de ellas se consiguió información relevante que nos permitieron efectuar las tablas y figuras estadísticas, tal como narran (Hernández y Mendoza, 2018).

#### **3.4.2. Instrumento**

El cuestionario es el instrumento apropiado para recopilar información precisa de una o más variable en estudio, con el fin de lograr los objetivos de la investigación (Hernández y Mendoza, 2018).

Por consiguiente, para el recojo de información en la presente investigación se utilizó como instrumento el cuestionario, las cuales que fueron validadas por juicio de expertos (ver Anexo 3) lo que nos permitió obtener información necesaria de la variable a través de un bloque de 16 preguntas (ver Anexo 2) trabajadas con la escala de medición Likert en la categoría de: (5) muy satisfecho, (4) satisfecho, (3) ni satisfecho, ni insatisfecho, (2) insatisfecho, y (1) muy insatisfecho.

### **3.5. Método de análisis de datos**

La manera como se realizó la recolección de datos y consecutivamente su análisis fue el siguiente: primero, se solicitó la autorización respectiva mediante un documento de aprobación (carta) a la propietaria de la cevichería “Mar de Copas”, para que nos permita realizar la encuesta a sus clientes (ver anexo 6); segundo, se procedió la aplicación del cuestionario a los clientes, previa aceptación del consentimiento informado (ver anexo 5); tercero, se midió la confiabilidad del instrumento mediante el alfa de Cronbach (ver Anexo 4); y cuarto, se procesó dicha información para su posterior análisis e interpretación de los resultados, para este proceso se hizo uso de la base de datos como el Excel (ver anexo 7).

### **3.6. Aspectos éticos**

- 1. Principio de protección a las personas;** Se consideró el protocolo de bioseguridad sanitaria para realizar las encuestas, buscando que los participantes no corran riesgo de contagio; de igual manera, se les manifestó que se guardará la confidencialidad de la información recogida y no se dañará la intimidad de los participantes.
- 2. Principio de Beneficencia y no maleficencia,** esta investigación por su condición no manifestó ningún riesgo tanto para los integrantes de la investigación ni para quien lo

realizó, al momento de recolectar los datos se comunicó de ello a las personas que son parte de la muestra. Lo que se procuró todo el tiempo es aumentar los rendimientos a favor de la investigación, sin afectar los derechos de los participantes.

3. ***Principio de justicia***, durante la ejecución del trabajo de campo, se les pidió a todos los clientes de la cevichería “Mar de Copas” de la ciudad de Carhuaz, verificar bien el cuestionario y responder cada una de las interrogantes sin pasar por alto ninguna de ellas, para evitar la invalidación del cuestionario o que sean marcadas de forma premeditada dichas interrogantes, que nos pudieran conducir a sesgos en la ejecución de dicha investigación.
4. ***Principio de integridad científica***, durante todo el transcurso de la investigación se procedió con honestidad, sin manipular los datos obtenidos en el campo, menos aún, se adulteró la firma en la carta de autorización y los protocolos de consentimiento informado, tampoco se respondió el cuestionario por otros integrantes de la muestra, con tal de cumplir con lo que exige el proceso de la investigación. No se manifestó conflictos de interés a lo largo del proceso de la investigación, por lo que no se afectó el avance del proceso ni menos la información de los resultados obtenidos.
5. ***Principio de libre participación y derecho a estar informado***, en esta investigación antes de ejecutar el recojo de la información, se solicitó la autorización del participante a través del consentimiento informado para ser parte de esta investigación. También, se le dio información oportuna referente a alguna duda o inquietud que tuvo el participante sobre la investigación y se solucionó en el momento oportuno, así se evitó cualquier incidente que pudiera suceder durante la investigación.
6. ***Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad***, en esta investigación no se involucró a animales ni plantas, porque no forman parte del estudio, tampoco se realizó estudios en el medio ambiente, mucho menos se alteró la bioseguridad como parte del estudio, por tanto, no se exponen los daños, riesgos y beneficios que pudieran afectar a las mismas. La muestra de estudio fueron los clientes de la cevichería “Mar de copas” de la ciudad de Carhuaz.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Resultados

**Tabla 1**

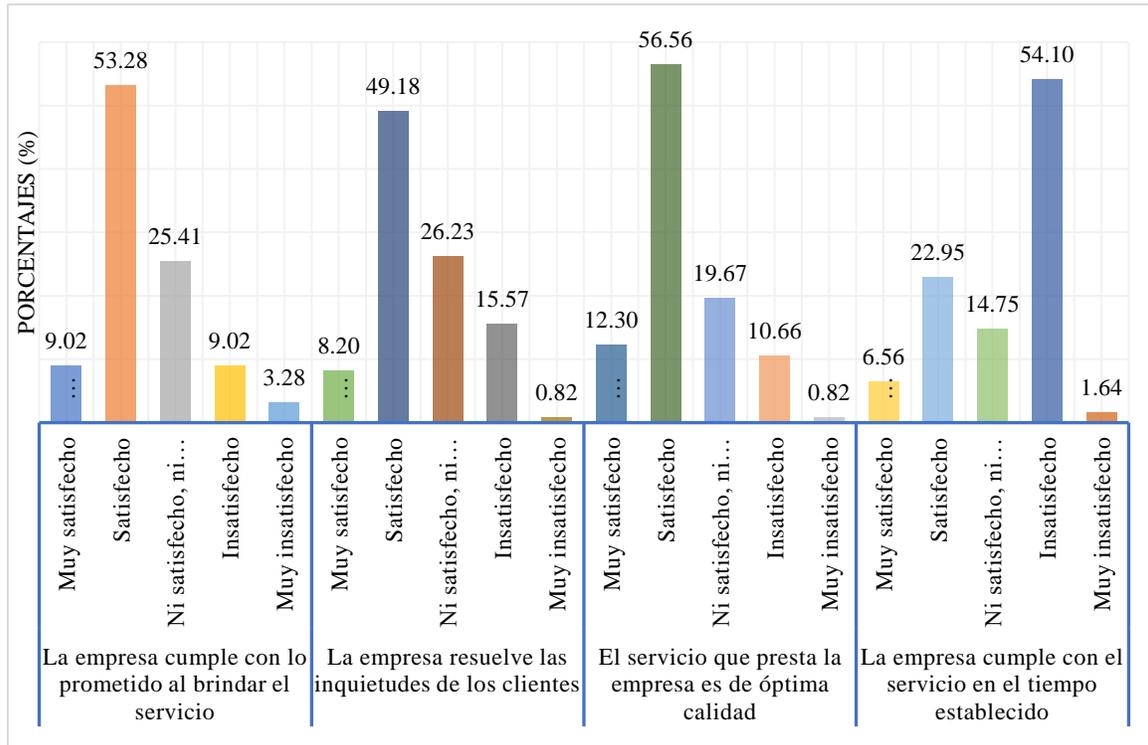
*Características de la fiabilidad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*

Características de la fiabilidad	n	%
<b>La empresa cumple con lo prometido al brindar el servicio</b>		
Muy satisfecho	11	9.02
Satisfecho	65	53.28
Ni satisfecho, ni insatisfecho	31	25.41
Insatisfecho	11	9.02
Muy insatisfecho	4	3.28
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100.00</b>
<b>La empresa resuelve las inquietudes de los clientes</b>		
Muy satisfecho	10	8.20
Satisfecho	60	49.18
Ni satisfecho, ni insatisfecho	32	26.23
Insatisfecho	19	15.57
Muy insatisfecho	1	0.82
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100.00</b>
<b>El servicio que presta la empresa es de óptima calidad</b>		
Muy satisfecho	15	12.30
Satisfecho	69	56.56
Ni satisfecho, ni insatisfecho	24	19.67
Insatisfecho	13	10.66
Muy insatisfecho	1	0.82
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100.00</b>
<b>La empresa cumple con el servicio en el tiempo establecido</b>		
Muy satisfecho	8	6.56
Satisfecho	28	22.95
Ni satisfecho, ni insatisfecho	18	14.75
Insatisfecho	66	54.10
Muy insatisfecho	2	1.64
<b>Total</b>	<b>122</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la cevichería Mar de Copas.

**Figura 1**

*Características de la fiabilidad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*



Nota. Datos obtenidos de la tabla 1

### Interpretación.

En cuanto a las características de la fiabilidad, tal como se muestra en la tabla y figura 1, el 53.28% de los clientes afirman que la empresa cumple con lo prometido al momento de brindar el servicio, por lo que se sienten satisfecho; asimismo, el 49.18% de los clientes manifestó estar satisfecho de que la empresa resuelve sus inquietudes; en tanto, el 56.56% reconoció estar satisfecho porque el servicio que brinda la empresa es de óptima calidad; sin embargo, el 54.10% reveló estar insatisfecho, pues la empresa no cumple con el servicio en el tiempo establecido.

**Tabla 2**

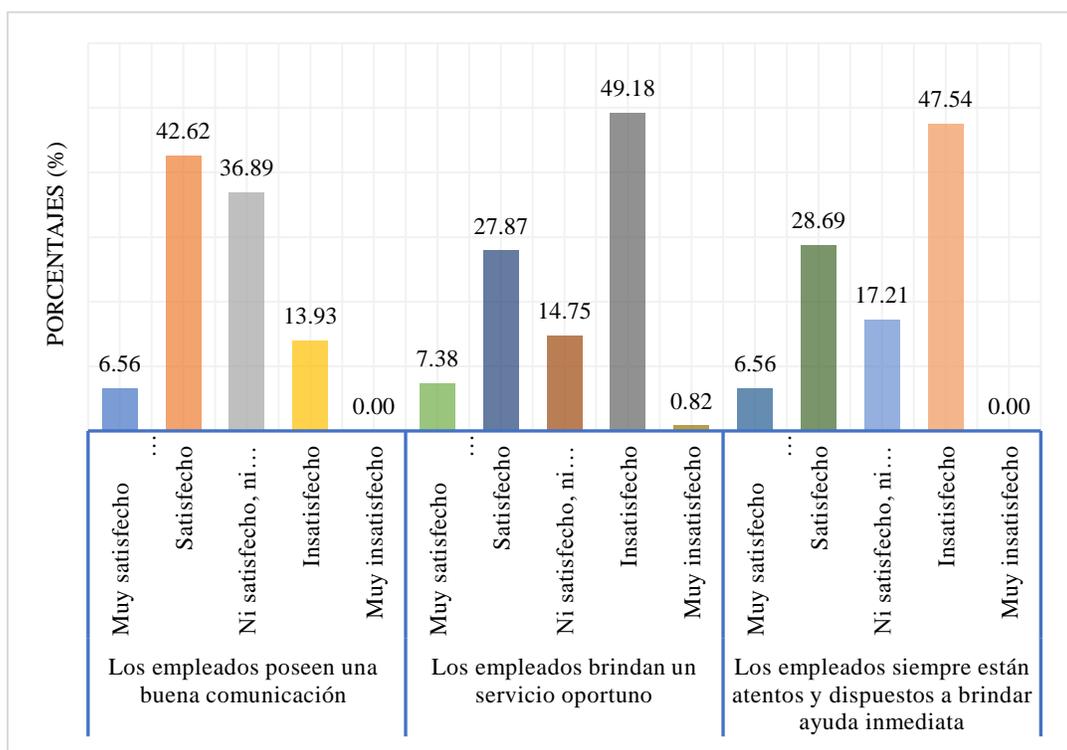
*Características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*

Características de la capacidad de respuesta	n	%
<b>Los empleados poseen una buena comunicación</b>		
Muy satisfecho	8	6.56
Satisfecho	52	42.62
Ni satisfecho, ni insatisfecho	45	36.89
Insatisfecho	17	13.93
Muy insatisfecho	0	0.00
Total	122	100.00
<b>Los empleados brindan un servicio oportuno</b>		
Muy satisfecho	9	7.38
Satisfecho	34	27.87
Ni satisfecho, ni insatisfecho	18	14.75
Insatisfecho	60	49.18
Muy insatisfecho	1	0.82
Total	122	100.00
<b>Los empleados siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata</b>		
Muy satisfecho	8	6.56
Satisfecho	35	28.69
Ni satisfecho, ni insatisfecho	21	17.21
Insatisfecho	58	47.54
Muy insatisfecho	0	0.00
Total	122	100.00

*Nota.* Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la cevichería Mar de Copas.

**Figura 2**

*Características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*



Nota. Datos obtenidos de la tabla 2

### **Interpretación.**

En cuanto a las características de la capacidad de respuesta, tal como se muestra en la tabla y figura 2, el 42.62% de los clientes considera que los empleados poseen una buena comunicación, por lo que están satisfecho; no obstante, el 49.18% afirma estar insatisfecho porque los empleados no brindan un servicio oportuno; de igual manera, el 47.54% cree que los empleados no siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda de manera inmediata, razón por lo que se encuentran insatisfecho.

**Tabla 3**

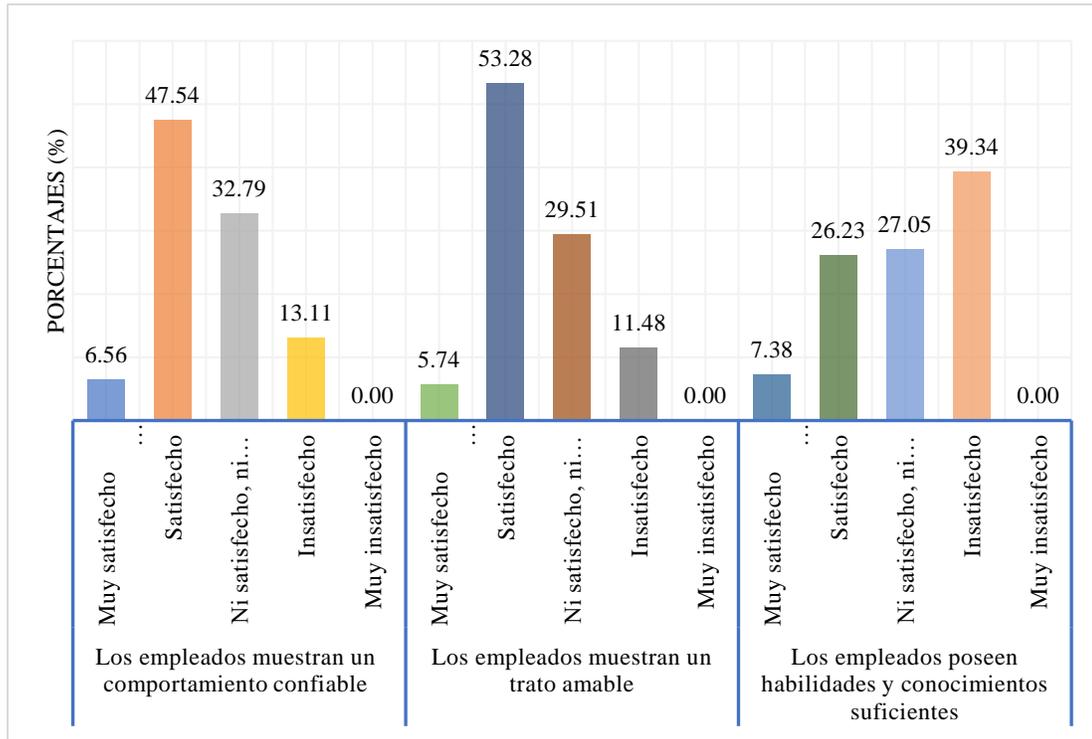
*Características de la seguridad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*

Características de la seguridad	n	%
<b>Los empleados muestran un comportamiento confiable</b>		
Muy satisfecho	8	6.56
Satisfecho	58	47.54
Ni satisfecho, ni insatisfecho	40	32.79
Insatisfecho	16	13.11
Muy insatisfecho	0	0.00
Total	122	100.00
<b>Los empleados muestran un trato amable</b>		
Muy satisfecho	7	5.74
Satisfecho	65	53.28
Ni satisfecho, ni insatisfecho	36	29.51
Insatisfecho	14	11.48
Muy insatisfecho	0	0.00
Total	122	100.00
<b>Los empleados poseen habilidades y conocimientos suficientes</b>		
Muy satisfecho	9	7.38
Satisfecho	32	26.23
Ni satisfecho, ni insatisfecho	33	27.05
Insatisfecho	48	39.34
Muy insatisfecho	0	0.00
Total	122	100.00

*Nota.* Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la cevichería Mar de Copas.

**Figura 3**

*Características de la seguridad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*



Nota. Datos obtenidos de la tabla 3

### **Interpretación.**

Con respecto a las características de la seguridad, tal como podemos apreciar en la tabla y figura 3, el 47.54% de los clientes están satisfecho puesto que consideran que los empleados muestran un comportamiento confiable; además, el 53.28% afirman que los empleados muestran un trato amable, por eso se sienten satisfecho; a pesar de ello, el 39.34% testifican que los empleados no poseen habilidades y conocimientos suficientes, por lo que se sienten insatisfecho.

**Tabla 4**

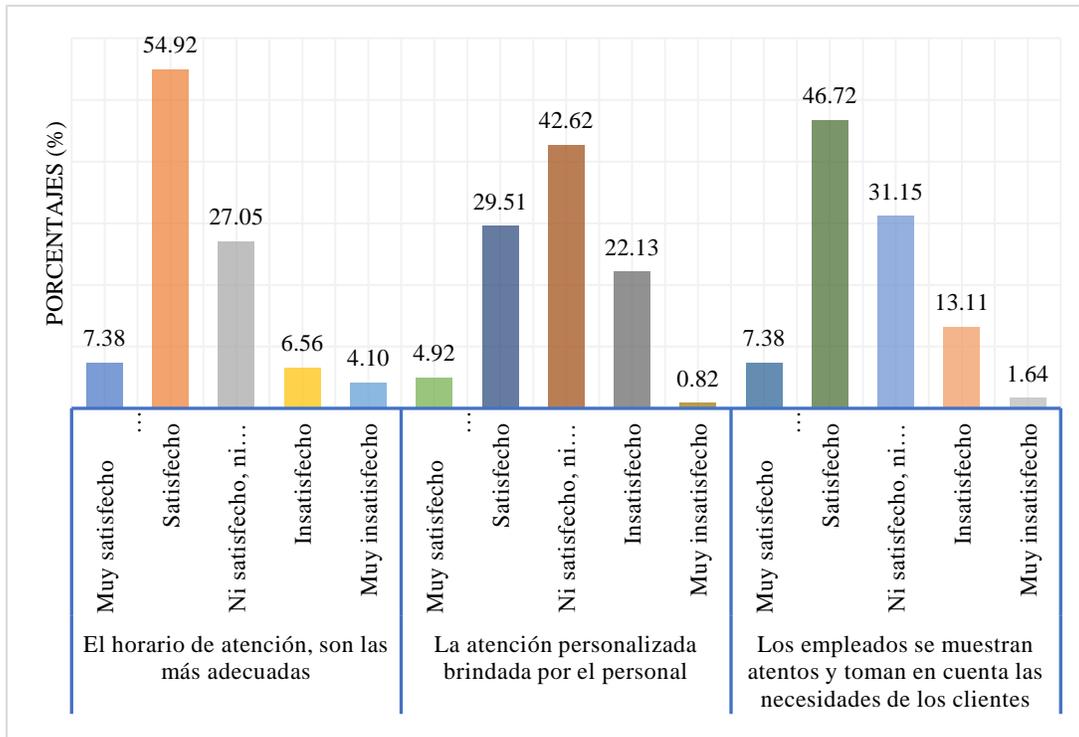
*Características de la empatía como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*

Características de la empatía	n	%
<b>El horario de atención, son las más adecuadas</b>		
Muy satisfecho	9	7.38
Satisfecho	67	54.92
Ni satisfecho, ni insatisfecho	33	27.05
Insatisfecho	8	6.56
Muy insatisfecho	5	4.10
Total	122	100.00
<b>La atención personalizada brindada por el personal</b>		
Muy satisfecho	6	4.92
Satisfecho	36	29.51
Ni satisfecho, ni insatisfecho	52	42.62
Insatisfecho	27	22.13
Muy insatisfecho	1	0.82
Total	122	100.00
<b>Los empleados se muestran atentos y toman en cuenta las necesidades de los clientes</b>		
Muy satisfecho	9	7.38
Satisfecho	57	46.72
Ni satisfecho, ni insatisfecho	38	31.15
Insatisfecho	16	13.11
Muy insatisfecho	2	1.64
Total	122	100.00

*Nota.* Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la cevichería Mar de Copas.

**Figura 4**

*Características de la empatía como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*



Nota. Datos obtenidos de la tabla 4

**Interpretación.**

Referente a las características de la empatía, así como se muestra en la tabla y figura 4, el 54.92% de los clientes se encuentran satisfecho con el horario de atención; de igual forma, el 42.62% consideran que la atención personalizada que brinda el personal de la empresa, no siempre son las más adecuadas por lo que no están ni satisfecho, ni insatisfecho; en tanto, el 46.72% afirman que los empleados se muestran atentos y toman en cuenta sus necesidades, por lo que se muestran satisfecho.

**Tabla 5**

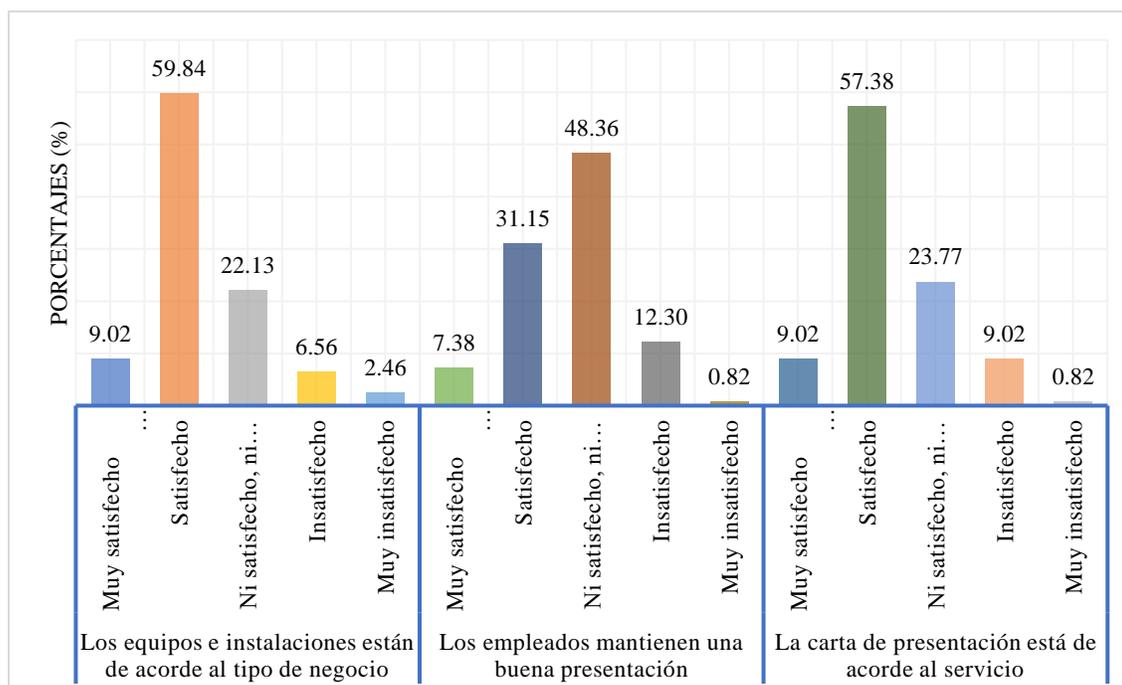
*Características de elementos tangibles como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*

Características de los elementos tangibles	n	%
<b>Los equipos e instalaciones están de acorde al tipo de negocio</b>		
Muy satisfecho	11	9.02
Satisfecho	73	59.84
Ni satisfecho, ni insatisfecho	27	22.13
Insatisfecho	8	6.56
Muy insatisfecho	3	2.46
Total	122	100.00
<b>Los empleados mantienen una buena presentación</b>		
Muy satisfecho	9	7.38
Satisfecho	38	31.15
Ni satisfecho, ni insatisfecho	59	48.36
Insatisfecho	15	12.30
Muy insatisfecho	1	0.82
Total	122	100.00
<b>La carta de presentación está de acorde al servicio que ofrecen</b>		
Muy satisfecho	11	9.02
Satisfecho	70	57.38
Ni satisfecho, ni insatisfecho	29	23.77
Insatisfecho	11	9.02
Muy insatisfecho	1	0.82
Total	122	100.00

*Nota.* Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes de la cevichería Mar de Copas.

**Figura 5**

*Características de elementos tangibles como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*



Nota. Datos obtenidos de la tabla 5

### **Interpretación.**

Referente a las características de los elementos tangibles, conforme se muestra en la tabla y figura 5, el 59.84% de los clientes se muestran satisfecho con los equipos e instalaciones, pues consideran que están de acorde al tipo de negocio; en tanto, el 48.36% consideran que los empleados en ocasiones no mantienen una buena presentación personal, motivo por el cual no están ni satisfechos, ni insatisfechos; pese a ello, el 57.38% afirman que la carta de presentación está de acorde al servicio que ofrecen, por lo que están satisfecho.

**Tabla 6**

*Propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*

<b>Problemas encontrados - resultados</b>	<b>Surgimiento del problema</b>	<b>Acción de mejora</b>	<b>Responsable</b>
La empresa cumple con el servicio en el tiempo establecido	La mayoría de los clientes están insatisfechos con el cumplimiento de servicio en el tiempo establecido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saber cumplir con los pedidos en el tiempo señalado.</li> <li>- Atenderlos de manera inmediata.</li> </ul>	Representante
Los empleados brindan un servicio oportuno	La mayoría de los clientes están insatisfechos en cuanto al servicio que brindan los empleados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar siempre un servicio adecuado a las necesidades del cliente.</li> <li>- En lo posible, sorprender al cliente con algunas promociones u ofertas por alguna ocasión.</li> </ul>	Representante
Los empleados siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata	La mayoría de los clientes están insatisfechos, pues los empleados no siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prestar mayor atención a las necesidades de los clientes.</li> <li>- Estar siempre disponibles ante cualquier imprevisto que puedan tener los clientes para brindarles ayuda de manera inmediata.</li> </ul>	Representante
Los empleados poseen habilidades y conocimientos suficientes	La mayoría de los clientes se sienten insatisfechos con las habilidades y conocimientos que tienen los empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ser tolerantes en el trato con aquellos clientes un poco difíciles.</li> <li>- Saber desenvolverse en temas referente al negocio.</li> </ul>	Representante
Los empleados brindan atención personalizada	La mayoría de los clientes no están ni satisfecho, ni insatisfecho con la atención personalizada que brinda el personal de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener un trato directo con los clientes y tomar en cuenta sus necesidades, gustos y preferencias.</li> <li>- Personalizar siempre las respuestas a las interrogantes de los clientes y pensar como ellos.</li> </ul>	Representante

Los empleados mantienen una buena presentación	La mayoría de los clientes no están ni satisfecho, ni insatisfecho con la presentación de los empleados	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer el servicio correctamente uniformados y presentables.</li> <li>- Mantener los protocolos de higiene y bioseguridad necesarias.</li> </ul>	Representante
--	---	--	---------------

#### 4.2. Discusión

**Respecto al objetivo específico 1**, las características de la fiabilidad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021; el 53.28% de los clientes se siente satisfecho con respecto a que la empresa cumple con lo prometido al momento de brindar el servicio (Tabla 1). Estos resultados coinciden con Cano (2019) quien refirió que el 50% afirman que están totalmente de acuerdo con el cumplimiento de los requisitos del cliente; a su vez, contrasta con Rivera (2019) quien refirió que el 28% de los turistas mencionan que el cumplimiento del servicio es regular; de igual forma, contrasta con Cuenca (2019) quien considera que el 91% de los clientes consideran que la empresa no cumple con todos los servicios que ofrecen. Esto demuestra que la mayoría de los clientes consideran relevante el cumplimiento de promesa al momento de hacer el pedido, puesto que, las expectativas que tienen no solo son en cuanto al servicio que ofrecen, sino también al producto que brindan.

En cuanto a que la empresa resuelve las inquietudes de los clientes, el 49.18% mencionó estar satisfecho (Tabla 1). Resultado que coincide con Cano (2019) quien mencionó que el 51% afirma estar totalmente de acuerdo con la resolución de problemas; resultado que, a su vez, discrepa con Rivera (2019) quien manifestó que el 43% de los turistas menciona que la resolución de problemas es regular; de igual manera, discrepa con Cuenca (2019) quien refiere que el 91% de los clientes consideran que la empresa no ofrece soluciones ante alguna controversia o inquietud que estos tengan; asimismo, discrepa con López (2018) quien mencionó que el 40% de los clientes no está de acuerdo que cuando tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero; por último, discrepa con Cano et, al. (2019) quienes refieren que el 61% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo que el tiempo que le dedica el personal del restaurante, es suficiente para responder a sus preguntas e inquietudes. Debemos precisar que la mayoría de los clientes se muestran conformes, puesto

que ellos no tuvieron ningún problema cuando ordenaron su pedido; y de darse el caso, les fueron solucionados en el momento.

Referente al servicio que presta la empresa es de óptima calidad, el 56.56% de los clientes mencionó estar satisfecho (Tabla 1). Estos resultados coincide con Paz (2020) quien refirió que el 53% de los clientes quedaron satisfechos después de recibir el servicio; también coincide con Cano (2019) quien precisó que el 64% de los encuestados afirman están totalmente de acuerdo con la calidad del servicio; de igual manera, coincide con Limas (2019) quien manifestó que el 31% de los encuestados refieren que siempre la pollería brinda servicios exentos de errores; sin embargo, contrasta con López (2018) quien manifestó que el 79% de los clientes no se encuentran ni de acuerdo, ni en desacuerdo con respecto a su satisfacción hacia el servicio que brinda el restaurante; también, difiere con Cuenca (2019) quien menciona que el 91% de los clientes refieren que la empresa no ofrece calidad de atención al ofrecer sus servicios. Estos resultados demuestran que la mayoría de los clientes acuden al establecimiento por el buen servicio que brindan, además, por degustar de los diversos potajes que preparan en el lugar, siendo este un complemento perfecto.

Respecto a que la empresa cumple con el servicio en el tiempo establecido, el 54.10% de los clientes indicó estar insatisfecho (Tabla 1). Resultado que coincide con López (2018) quien considera que el 41% de los clientes no están de acuerdo que el restaurante ofrece un servicio rápido; esto a su vez, contrasta con Roncal (2020) quien indicó que el 90% de clientes afirman que algunas veces percibieron cierta fiabilidad de los empleados en el tiempo durante el proceso de venta; asimismo, discrepa con Cano et al. (2019) quienes consideran que el 58% está de acuerdo que el sistema de recepción y atención de pedidos en el restaurante es rápido; igualmente, difiere con Limas (2019) quien indicó que el 38.5% de los encuestados refieren que siempre la pollería realiza la prestación de sus servicios en el momento que informa. Queda demostrado que la mayoría de los clientes sienten esa desazón por el tiempo de espera para recibir el servicio, sin embargo, consideran que lo más importante para ellos es la calidad del producto, es decir que los alimentos que ofrecen estén bien preparados y sobre todo con insumos frescos, razón por lo cual deciden esperar.

**En relación al objetivo específico 2**, las características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021; el 42.62% de los clientes está

satisfecho con relación a que los empleados poseen una buena comunicación en atención al cliente (Tabla 2). Resultado que coincide con lo dicho por Torres (2018) quien en su libro refiere que uno de los aspectos más importantes para conseguir la satisfacción del cliente es la calidad del servicio, por ende la comunicación es fundamental, puesto que, si el cliente queda satisfecho, volverá a solicitar los servicios de la organización; sin embargo, contrasta con Rivera (2019) quien manifestó que el 30% de los turistas mencionan que la comunicación del personal durante el servicio es regular; de igual manera discrepa con Cuenca (2019) quien resalta que el 90% de los clientes consideran que la empresa no utiliza términos correctos de acuerdo a su nivel de comunicación. Estos resultados demuestran que la mayoría de los clientes comprenden el lenguaje de los empleados, y en algunos casos, ya están habituados puesto que son clientes fidelizados.

En relación a que los empleados brindan un servicio oportuno, el 49.18% de los clientes manifestó estar insatisfecho (Tabla 2). Resultado que discrepa con Del Cid (2018) quien indicó que el 61% de los clientes consideran que se está cumpliendo con las expectativas en cuanto a la rapidez en el servicio, por tanto, se encuentran satisfechos; a su vez, discrepa con Rivera (2019) quien manifestó que el 27% de los turistas del cantón Alausí mencionan que la pulcritud del personal de servicio por atender es regular; también discrepa con Cano et, al. (2019) quienes manifiestan que el 57% está de acuerdo en que el restaurante cubre sus pedidos de manera inmediata. Estos resultados señalan que la mayoría de los clientes sienten disconformidad con la demora del servicio, pues consideran que todo servicio debe ser atendido de manera inmediata.

En cuanto a que los empleados siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata, el 47.54% de los clientes mencionó estar insatisfecho (Tabla 2). Resultado que concuerda con López (2018) quien indicó que el 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante siempre están dispuestos a ayudarlos; a su vez, contrasta con Rivera (2019) quien manifestó que el 31% de los turistas mencionan que la disponibilidad del personal de servicio para ayudar al cliente es regular; contrastando también con Roncal (2020) quien refirió que el 50% de clientes afirman que algunas veces percibieron la disposición de ayudarlo por parte de los empleados de la empresa. Estos resultados demuestran que los empleados no siempre están atentos, siendo uno de los motivos la carga

laboral, por lo que se sienten ajetreos y esto origina que se desentiendan de algunos de los clientes, originando malestar entre los comensales que acuden al establecimiento.

**Con relación al objetivo específico 3**, las características de la seguridad como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021; el 47.54% de los clientes refirió estar satisfecho referente a que los empleados muestran un comportamiento confiable que les motiva sentirse a gusto y seguros en el establecimiento (Tabla 3). Resultado que coincide con Limas (2019) quien mencionó que el 36.5% de los encuestados refieren que siempre el comportamiento de los empleados de la pollería le inspira confianza; pero, contrasta con Roncal (2020) quien manifestó que el 63,33% de los clientes afirman que casi siempre la empresa tiene como compromiso velar por la seguridad del cliente. Estos resultados revelan que la mayoría de los clientes sienten plena confianza al concurrir al establecimiento, ya que conocen que el personal que labora son jóvenes con valores quienes buscan generar sus propios ingresos.

En cuanto a que los empleados muestran un trato amable, el 53.28% de los clientes aseguró sentirse satisfecho (Tabla 3). Resultado que coincide con Paz (2020) quien manifestó que el 57% de los clientes consideran que su nivel de satisfacción con la amabilidad del personal para atender a los clientes es bueno; además, coincide con Del Cid (2018) quien declaró que el 80% de los clientes consideran que se está cumpliendo con las expectativas en cuanto a amabilidad y cortesía; sin embargo, difiere con Rivera (2019) quien consideró que el 31% de los turistas mencionan que la amabilidad del personal de servicio durante la atención es regular; asimismo, contrasta con López (2018) quien reveló que el 41% de los clientes encuestados no están de acuerdo que los empleados del restaurante son amables. Como podemos precisar, estos resultados nos demuestran que la mayoría de los clientes consideran que son tratados con respeto y amabilidad, por lo que manifiestan que los empleados buscan relacionarse de la mejor manera con cada uno de ellos y así conseguir que se sientan como en casa.

Referente a que los empleados poseen habilidades y conocimientos suficientes, el 39.34% de los clientes mencionó estar insatisfecho (Tabla 3). Resultado que concuerda con López (2018) quien reveló que el 47% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal tiene conocimientos suficientes para responder sus preguntas; pero, contrasta con Rivera (2019) quien consideró que el 35% de los turistas mencionan que los conocimientos de

servicio que posee el personal para la atención son regulares. Este resultado nos demuestra que la mayoría de los clientes consideran que los empleados no están debidamente capacitados en atención al cliente y sobre todo en el servicio que ofrecen, por tal motivo no pueden cumplir a cabalidad sus funciones, perjudicando en cierto modo la imagen de la empresa.

**Concerniente al objetivo específico 4**, las características de la empatía como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021; el 54.92% de los clientes manifestó estar satisfecho de que el horario de atención que la empresa ofrece a sus clientes son las más adecuadas (Tabla 4). Resultado que concuerda con Arenal (2019) quien en su libro manifiesta que un horario adecuado a las necesidades del cliente, es fundamental para el crecimiento de toda organización; pero, discrepa con Limas (2019) quien mencionó que el 33.1% de los encuestados refieren que casi siempre la pollería tiene horarios de atención adecuados para todos sus usuarios; asimismo, contrasta con López (2018) quien refirió que el 46% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo, ni en desacuerdo que el personal cumple con los horarios establecidos. Estos resultados demuestran que la mayoría de los clientes consideran que la empresa toma en cuenta sus necesidades, por ello tiene presente el horario y días de atención; además consideran como una estrategia para fidelizar más clientes y por ende obtener mayores ingresos.

En cuanto a la atención personalizada brindada por el personal de la empresa, el 42.62% de los clientes no están ni satisfecho, ni insatisfecho (Tabla 4). Resultado que difiere con Rivera (2019) quien mencionó que el 24% de los turistas mencionan que la atención personalizada durante el servicio es buena; asimismo, contrasta con López (2018) quien refirió que el 46% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal del restaurante le brindan una atención personalizada; de igual forma, discrepa con Limas (2019) quien manifestó que el 28.4% de los encuestados refieren que siempre la pollería les proporciona atención individualizada. Estos resultados nos demuestran que la mayoría de los clientes no están del todo conformes con la atención personalizada que brinda en la empresa, pues consideran que al tener una buena clientela el personal que tiene no es suficiente para dar un buen servicio a todos, por lo que consideran que se debe incrementar el número de personal para una mejor atención personalizada y de esa manera, todos se sientan satisfechos.

Con respecto a que los empleados se muestran atentos y toman en cuenta las necesidades de los clientes, el 46.72% de los clientes manifestó estar satisfecho (Tabla 4). Resultado que coincide con Rivera (2019) quien mencionó que el 34% de los turistas mencionan que la comprensión de necesidades específicas por parte del personal de servicio es buena; de igual forma, coincide con Limas (2019) quien refirió que el 38.5% de los encuestados refieren que siempre los empleados de la pollería comprenden sus necesidades específicas; a su vez, contrasta con López (2018) quien consideró que el 36% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el restaurante comprende las necesidades de sus clientes. Este resultado nos demuestra que los clientes en su mayoría consideran que los empleados siempre están atentos y están a la expectativa en cuanto a sus necesidades, por lo que evalúan de forma positiva al personal que labora en esta empresa.

**Referente al objetivo específico 5**, las características de los elementos tangibles como factor relevante de la satisfacción de cliente en la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021; el 59.84% de los clientes reveló estar satisfecho de que los equipos e instalaciones que posee el establecimiento, están de acorde al tipo de negocio (Tabla 5). Resultado que coincide con Del Cid (2018) quien consideró que el 40% de los encuestados califican las instalaciones del restaurante como buenas; sin embargo, difiere con Rivera (2019) quien manifestó que el 30% de los turistas califican como regular las instalaciones y la señalética que se muestra en el ambiente; asimismo, discrepa con Roncal (2020) quien reveló que el 80% de los clientes afirman que algunas veces la empresa toma muy en serio la infraestructura como punto importante para la comodidad del cliente. Este resultado nos demuestra que en su mayoría los clientes consideran estar conformes, puesto que la empresa tiene equipos e instalaciones modernos y acorde al tipo de negocio que operan, ya que a simple vista son atractivos y siempre van haciendo mejoras a favor de su clientela.

En relación a que los empleados mantienen una buena presentación personal, el 48.36% respondió no estar ni satisfecho, ni insatisfecho (Tabla 5). Resultado que difiere con Cano et, al. (2019) quienes manifiestan que el 49% considera estar de acuerdo que los mozos están uniformados adecuadamente; asimismo, contrasta con Cano (2019) quien menciona que el 73% afirman que están totalmente de acuerdo con la presentación del personal; al mismo tiempo, discrepa con Izquierdo (2019) quien en su libro manifiesta que toda organización que brinda servicios, debe contar con personal debidamente uniformado, que tengan una correcta

presentación para la atención al público, además, deben tener presente ciertos protocolos al momento de brindar el servicio. Estos resultados nos demuestran que la mayoría de los clientes no están del todo a gusto con la presentación del personal, puesto que si bien, están presentables, bien aseados y peinados, el personal debería contar con un uniforme que les identifique y que se les haga fácil de reconocer a simple vista, además deben portar su foto check para estar mejor identificados.

Referente a que la carta de presentación está de acorde al servicio que brinda, el 57.38% de los clientes reveló estar satisfecho (Tabla 5). Resultado que coincide con Del Cid (2018) quien mencionó que el 58% de los clientes manifestaron que la información que contiene la carta del menú es buena; pero, contrasta con Rivera (2019) quien consideró que el 27% de los turistas mencionan que el diseño de materiales como: carta de menú, folletos y publicidad es regular; de igual manera, discrepa con López (2018) quien menciona que el 47% de los clientes no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que la carta ofrece información detallada sobre el menú diario. Estos resultados nos demuestran que la mayoría de los clientes consideran proporcionado la carta de presentación de la empresa, por lo que éste siempre está en buenas condiciones, con precios actualizados y colores adecuados de acorde al giro de negocio, logrando de esa manera que el cliente se sienta satisfecho.

## Plan de mejora para la cevichería “Mar de Copas” de Carhuaz

### 1. Datos generales

- **Nombre o razón social:** Rest. Cevichería Mar de Copas.
- **Giro de la empresa:** Actividades de restaurante y de servicio móvil de comidas.
- **Dirección:** Car. Central Nro. S/N Cas. Yanamarca (a media cdra. ant. Hotel Contucar – Carhuaz)
- **Nombre de la representante:** Cadillo Cruz, Jaqueline Roxana
- **Historia:**

La cevichería Mar de Copas inició actividades comerciales el 01 de julio de 2008 en la ciudad de Carhuaz, provincia de Carhuaz, departamento de Ancash, es una empresa que brinda servicios de restaurante, bares y cantinas, ofrece la venta de alimentos elaborados a base de productos marinos, así como a la venta de licores y gaseosas en general. Creado pensando en las personas que buscan deleitar de este potaje, pasar un momento agradable y celebrar alguna fecha importante en compañía de amigos y familiares.

### 2. Misión

“Somos una organización dedicada a brindar servicios con altos estándares de calidad en la elaboración de diversos potajes a base de productos marinos, usando ingredientes de primera calidad para satisfacer las expectativas de nuestros clientes, otorgándoles confianza, alegría y bienestar con la degustación de cada platillo”.

### 3. Visión

“Ser una empresa líder en la elaboración de potajes marinos a nivel provincial en la prestación de servicios bajo estándares altos de calidad y salubridad a nuestros clientes, en un entorno que permita expandirnos de manera sostenible en el tiempo marcando la diferencia mediante una propuesta de valor única, priorizando el bienestar de nuestros colaboradores, clientes y proveedores con una estructura organizacional sólida”.

### 4. Objetivos

**Compromiso:** Tenemos el compromiso de ofrecer un trabajo en equipo en favor de nuestros clientes, para el cumplimiento de nuestros objetivos empresariales.

**Honestidad:** Somos una empresa confiable, trabajamos con sinceridad y justicia, con el objetivo de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

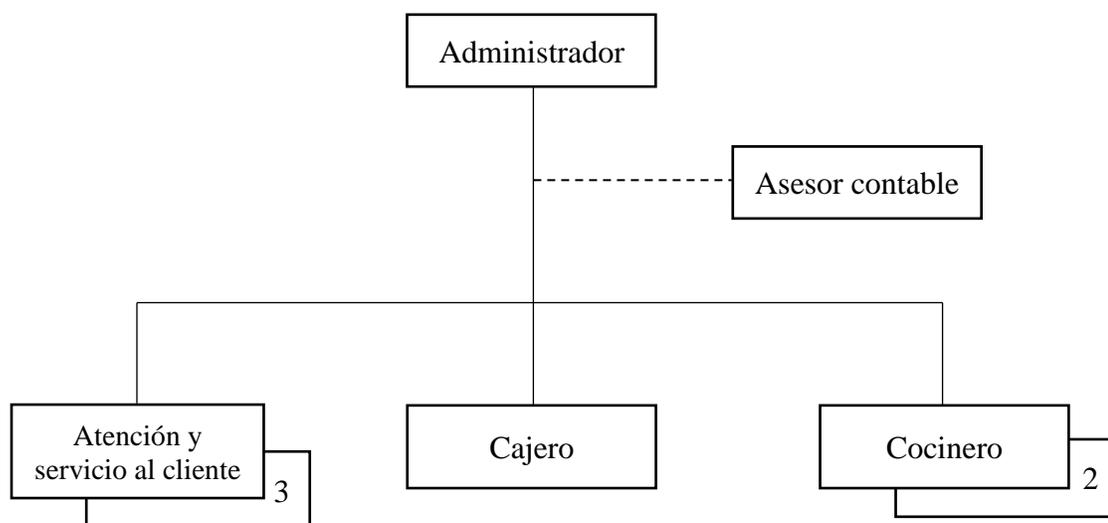
**Cumplimiento:** Entregamos nuestros pedidos en el horario establecido y con todos los protocolos de bioseguridad.

**Calidad:** Brindamos un servicio de calidad, entregando potajes preparados con insumos frescos y a un precio accesible para todos.

## 5. Productos y o servicios

La cevichería Mar de Copas pone a la venta diversos potajes de platos marinos preparados por personal calificado y con vasta experiencia en el rubro, las cuales se encargan del preparado siguiendo todos los protocolos de higiene y protección personal. De igual manera, el servicio de atención al cliente en el local se da de manera adecuada y el servicio de delivery que está a disposición de todos los clientes que por diversas razones no pueden acudir al establecimiento.

## 6. Organigrama



### 6.1. Descripción de funciones

Administración	
<b>Cargo</b>	<b>Administrador</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciado en administración.</li> <li>- Experiencia mínima de 2 años.</li> <li>- Experiencia en el manejo de las TICS.</li> <li>- Estar habilitado para ocupar un cargo.</li> </ul>

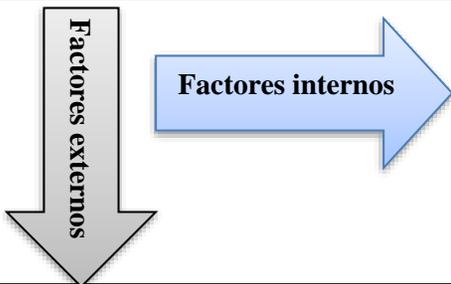
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instaurar la finalidad de la empresa y del equipo de trabajo.</li> <li>- Planificar, supervisar y dirigir las actividades de la empresa.</li> <li>- Identificar, suministrar y establecer los recursos necesarios para alcanzar los objetivos.</li> <li>- Desarrollar el talento personal y de su equipo de trabajo.</li> <li>- Incentivar al personal para aumentar su productividad y eficiencia.</li> <li>- Estudiar, evaluar y comunicar la productividad de la empresa a todo el equipo de trabajo.</li> </ul>
------------------	--

<b>Asesor externo</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Asesor contable</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciado en contabilidad.</li> <li>- Experiencia mínima de 2 años.</li> <li>- Experiencia en el manejo de las TICS.</li> <li>- Estar habilitado para ocupar un cargo.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Llevar el control de la contabilidad de la empresa.</li> <li>- Ordenar los documentos contables.</li> <li>- Elaborar y presentar los libros contables ante la SUNAT.</li> <li>- Realizar el asesoramiento contable e intervenir en la toma de decisiones.</li> </ul>

<b>Atención y servicio al cliente</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Atención y servicio al cliente (mesera)</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contar con estudio mínimo de secundaria completa.</li> <li>- Tener de 18 a 45 años.</li> <li>- Tener habilidades y conocimiento en atención al cliente.</li> <li>- Tener dominio de comunicación.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar limpieza del área de atención al cliente.</li> <li>- Recibir al cliente con amabilidad y buena postura.</li> <li>- Tomar el pedido, realizar algunas recomendaciones y resolver sus inquietudes sobre algún potaje o bebida que deseen consumir.</li> <li>- Servir el pedido, ya sea el alimento o bebida que haya solicitado el cliente.</li> <li>- Preparar el recibo del consumo para que el cliente pueda hacer efectivo el pago del servicio.</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Cajero</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contar con estudio mínimo de secundaria completa.</li> <li>- Tener de 18 a 45 años.</li> <li>- Tener habilidades y conocimiento en atención al cliente.</li> <li>- Contar con experiencia en el cargo.</li> <li>- Tener dominio de comunicación.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepcionar la cantidad de dinero a pagar por los clientes, por el concepto de consumo de alimentos y/o bebidas.</li> <li>- Responder alguna inquietud o duda que puedan tener los clientes referentes al precio.</li> <li>- Realizar el recibo correspondiente.</li> <li>- Rendir cuentas al administrador una vez terminado la jornada laboral.</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Cocinero</b>
<b>Perfil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contar con estudio mínimo de secundaria completa.</li> <li>- Tener de 25 a 50 años.</li> <li>- Contar con experiencia en la preparación de comida marina.</li> <li>- Tiempo disponible.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Distribuirse las tareas a realizar para el preparado de los alimentos.</li> <li>- Administrar el tiempo de cocinado y preparación de los alimentos.</li> <li>- Preparar los diversos potajes que ofrece la empresa.</li> </ul>

## 7. Diagnóstico general:

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<b>F1:</b> Local propio. <b>F2:</b> Infraestructura de acorde al rubro. <b>F3:</b> Experiencia en la preparación de potajes marinos. <b>F4:</b> Ubicación estratégica.	<b>D1:</b> Baja capacidad de respuesta inmediata. <b>D2:</b> Constante rotación de personal. <b>D3:</b> Falta de personal en fechas claves. <b>D4:</b> Reducido espacio de estacionamiento.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
<b>O1:</b> Demanda insatisfecha <b>O2:</b> La competencia no cuenta con local amplio. <b>O3:</b> Aumento de demanda para el consumo de comida rápida. <b>O4:</b> Proveedores comprometidos con la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restablecer el nicho de mercado para complacer la demanda insatisfecha y atraer más clientes.</li> <li>- Impulsar el consumo de las distintas variedades de potajes de comida marina para reducir el consumo de comida rápida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promover proyectos de capacitación en atención al cliente para mejorar la capacidad de respuesta y aplacar la demanda insatisfecha.</li> <li>- Ejecutar una mejor selección del personal para perfeccionar la capacidad de respuesta inmediata aprovechando la amplia infraestructura con que se cuenta.</li> </ul>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
<b>A1:</b> Precios elevados de insumos y materia prima. <b>A2:</b> La competencia. <b>A3:</b> Inestabilidad económica. <b>A4:</b> Clientes insatisfechos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecer los procesos administrativos para hacerle frente a la inestabilidad económica.</li> <li>- Fomentar la destreza en el preparado de potajes marinos para hacer un uso adecuado de los insumos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar mejoras en la atención para contar con clientes satisfechos y conseguir la fidelización de las mismas.</li> <li>- Disponer de manera correcta las funciones de los colaboradores para hacerle frente a la competencia.</li> </ul>

## 8. Indicadores de una buena gestión

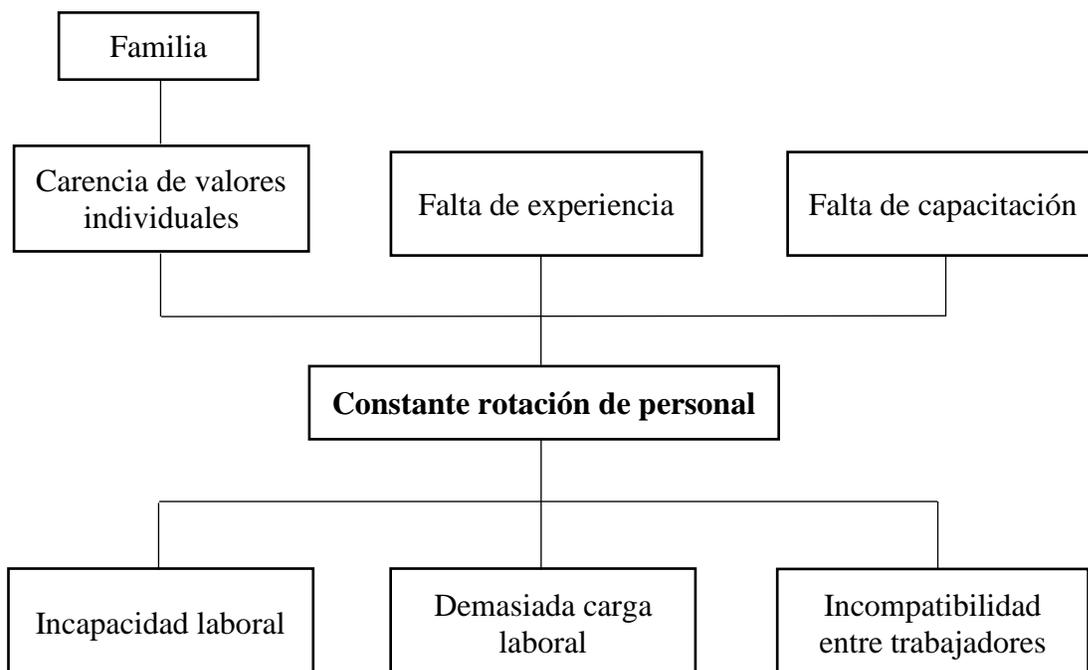
<b>Indicadores</b>	<b>Evaluación de indicadores dentro de las MYPES</b>
La empresa cumple con el servicio en el tiempo establecido	La mayoría de los clientes están insatisfechos con el cumplimiento de servicio en el tiempo establecido.
Los empleados brindan un servicio oportuno	La mayoría de los clientes están insatisfechos en cuanto al servicio que brindan los empleados.
Los empleados siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata	La mayoría de los clientes están insatisfechos, pues los empleados no siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata.
Los empleados poseen habilidades y conocimientos suficientes	La mayoría de los clientes se sienten insatisfechos con las habilidades y conocimientos que tienen los empleados.
Los empleados brindan atención personalizada	La mayoría de los clientes no están ni satisfecho, ni insatisfecho con la atención personalizada que brinda el personal de la empresa.
Los empleados mantienen una buena presentación	La mayoría de los clientes no están ni satisfecho, ni insatisfecho con la presentación de los empleados.

## 9. Problemas

<b>Indicadores</b>	<b>Problemas</b>	<b>Surgimiento del problema</b>
La empresa cumple con el servicio en el tiempo establecido	La mayoría de los clientes están insatisfechos con el cumplimiento de servicio en el tiempo establecido.	Se da porque los empleados no siempre cumplen con servir los pedidos en el tiempo señalado.
Los empleados brindan un servicio oportuno	La mayoría de los clientes están insatisfechos en cuanto al servicio que brindan los empleados.	Esto se debe porque en ocasiones no se da un servicio adecuado a las necesidades del cliente, tampoco se le brinda promociones.
Los empleados siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata	La mayoría de los clientes están insatisfechos, pues los empleados no siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata.	No siempre se presta atención a las necesidades de los clientes, tampoco están disponibles ante cualquier imprevisto que puedan tener los clientes para brindarles ayuda de manera inmediata.
Los empleados poseen habilidades y conocimientos suficientes	La mayoría de los clientes se sienten insatisfechos con las habilidades y conocimientos que tienen los empleados.	Esto se da porque algunos empleados son poco tolerantes en el trato con aquellos clientes un poco difíciles.
Los empleados brindan atención personalizada	La mayoría de los clientes no están ni satisfecho, ni	Falta de un trato directo con los clientes y no tomar en cuenta sus

	insatisfecho con la atención personalizada que brinda el personal de la empresa.	necesidades, gustos y preferencias.
Los empleados mantienen una buena presentación	La mayoría de los clientes no están ni satisfecho, ni insatisfecho con la presentación personal de los empleados.	El problema se da porque los empleados no están debidamente uniformados.

## 10. Causas



## 11. Establecer soluciones

### 11.1. Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problema	Acción de mejora
La empresa cumple con el servicio en el tiempo establecido	La mayoría de los clientes están insatisfechos con el cumplimiento de servicio en el tiempo establecido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saber cumplir con los pedidos en el tiempo señalado.</li> <li>- Atenderlos de manera inmediata.</li> </ul>
Los empleados brindan un servicio oportuno	La mayoría de los clientes están insatisfechos en cuanto al servicio que brindan los empleados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar siempre un servicio adecuado a las necesidades del cliente.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- En lo posible, sorprender al cliente con algunas promociones u ofertas en algunas ocasiones especiales.</li> </ul>
Los empleados siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata	La mayoría de los clientes están insatisfechos, pues los empleados no siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prestar mayor atención a las necesidades de los clientes.</li> <li>- Estar siempre disponibles ante cualquier imprevisto que puedan tener los clientes para brindarles ayuda de manera inmediata.</li> </ul>
Los empleados poseen habilidades y conocimientos suficientes	La mayoría de los clientes se sienten insatisfechos con las habilidades y conocimientos que tienen los empleados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ser tolerantes en el trato con aquellos clientes un poco difíciles.</li> <li>- Saber desenvolverse en temas referente al negocio.</li> </ul>
Los empleados brindan atención personalizada	La mayoría de los clientes no están ni satisfecho, ni insatisfecho con la atención personalizada que brinda el personal de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener un trato directo con los clientes y tomar en cuenta sus necesidades, gustos y preferencias.</li> <li>- Personalizar siempre las respuestas a las interrogantes de los clientes y pensar como ellos.</li> </ul>
Los empleados mantienen una buena presentación	La mayoría de los clientes no están ni satisfecho, ni insatisfecho con la presentación de los empleados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer el servicio correctamente uniformados y presentables.</li> <li>- Mantener los protocolos de higiene y bioseguridad necesarias.</li> </ul>

## 12. Recursos para la implantación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	Instruir al personal periódicamente para realizar servicios como: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con los pedidos en el tiempo señalado.</li> <li>- Atenderles de manera inmediata.</li> </ul>	Representante y colaboradores	s/. 800.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Laptop</li> <li>- Internet</li> <li>- Proyector</li> </ul>	4 semanas

2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brindar siempre un servicio adecuado a las necesidades del cliente.</li> <li>- En lo posible, sorprender al cliente con algunas promociones u ofertas por alguna ocasión.</li> </ul>	Representante y colaboradores	-	-	4 semanas
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prestar mayor atención a las necesidades de los clientes.</li> <li>- Estar siempre disponibles ante cualquier imprevisto que puedan tener los clientes para brindarles ayuda de manera inmediata.</li> </ul>	Representante y colaboradores	-	-	4 semanas
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ser tolerantes en el trato con aquellos clientes un poco difíciles.</li> <li>- Saber desenvolverse en temas referente al negocio.</li> </ul>	Representante y colaboradores	-	-	4 semanas
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener un trato directo con los clientes y tomar en cuenta sus necesidades, gustos y preferencias.</li> <li>- Personalizar siempre las respuestas a las interrogantes de los clientes y pensar como ellos.</li> </ul>	Representante y colaboradores	-	-	4 semanas
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer el servicio correctamente uniformados y presentables.</li> <li>- Mantener los protocolos de higiene y bioseguridad.</li> </ul>	Representante y colaboradores	-	-	4 semanas
<b>TOTAL S/.</b>			<b>800.00</b>		

### Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Inicio	Término	Marzo				Junio				Setiembre				Diciembre			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Instruir al personal para realizar servicios como: - Saber cumplir con los pedidos en el tiempo señalado. - Atenderles de manera inmediata.	1/03/2023	7/12/2023	x				x				x				x			
2	- Brindar siempre un servicio adecuado a las necesidades del cliente. - En lo posible, sorprender al cliente con algunas promociones u ofertas por alguna ocasión.	1/03/2023	7/12/2023	x				x				x				x			
3	- Prestar mayor atención a las necesidades de los clientes. - Estar siempre disponibles ante cualquier imprevisto que puedan tener los clientes para brindarles ayuda de manera inmediata.	1/03/2023	7/12/2023	x				x				x				x			
4	- Ser tolerantes en el trato con aquellos clientes un poco difíciles. - Saber desenvolverse en temas concerniente al negocio.	1/03/2023	7/12/2023	x				x				x				x			
5	- Tener un trato directo con los clientes y tomar en cuenta sus necesidades, gustos y preferencias. - Personalizar siempre las respuestas a las interrogantes de los clientes y pensar como ellos.	1/03/2023	7/12/2023	x				x				x				x			
6	- Ofrecer el servicio correctamente presentables y uniformados. - Mantener los protocolos de higiene y bioseguridad.	1/03/2023	7/12/2023	x				x				x				x			

## V. CONCLUSIONES

1. La mayoría de los clientes se sienten satisfechos con el cumplimiento de promesa por parte de la empresa, la resolución de sus inquietudes y el servicio que brinda; sin embargo, están insatisfechos con el tiempo de espera para tomar el servicio.
2. La mayor parte de los consumidores se sienten complacidos con la buena comunicación de los empleados; mas no con el servicio oportuno que ofrecen; asimismo, están disconformes con la atención y disponibilidad para brindar ayuda inmediata; pues se observa que los empleados carecen de capacidad de respuesta, por lo que los clientes no logran una plena satisfacción de sus necesidades.
3. Una buena parte de los usuarios se sienten contentos con el comportamiento confiable de los empleados y la amabilidad en el trato, por lo que se sienten seguros en el establecimiento; sin embargo, no opinan lo mismo respecto a las habilidades y conocimientos que poseen dichos empleados, originándoles una cierta desazón.
4. Gran parte de los comensales están a gusto con el horario de atención y los empleados con que cuenta la empresa, pues estos se muestran atentos y toman en cuenta las necesidades que tienen; sin embargo, se mantienen indolentes respecto a la atención personalizada que brinda la empresa.
5. Casi todos los clientes están satisfechos con los equipos e instalaciones acordes al tipo de negocio y la carta de presentación ofrecida; no obstante, son indiferentes a la presentación personal que mantienen los empleados.
6. De acuerdo a los resultados conseguidos en la investigación, se elaboró un plan de mejora con el fin de ofrecer herramientas, métodos y tácticas administrativas que permitan contribuir a perfeccionar la administración de la cevichería “Mar de Copas” de la ciudad de Carhuaz.

## VI. RECOMENDACIONES

1. Considerar en lo posible reducir el tiempo de espera, ya que esta espera puede cansar a los clientes motivando al abandonando del local, por lo que se debe instruir a los empleados en temas de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio y que los clientes logren satisfacer sus necesidades.
2. Instruir a los empleados para que mejoren su capacidad de respuesta inmediata con los clientes, enseñándoles a dar la bienvenida con una actitud positiva, atender oportunamente y con amabilidad; para ello, se debe realizar una mejor selección de personal para disponer con empleados idóneos para ofrecer una buena atención, poseer una buena comunicación, prestar mayor atención y siempre estar dispuesto a ayudarlos de manera inmediata.
3. Brindar capacitación al personal de forma periódica, en especial a aquellos que son contratados empíricamente, ponerles al tanto del servicio que ofrece la empresa con el objetivo de que adquieran los conocimientos necesarios para disipar cualquier inquietud o duda que puedan tener los clientes respecto al servicio.
4. Fomentar en los empleados la empatía tanto con sus compañeros de trabajo como con los clientes, de esa forma se conseguirá tener un mejor clima laboral que contribuya al beneficio de la empresa.
5. Mantener al personal debidamente uniformados y con una buena presentación personal; así mismo, deben cumplir con todos los protocolos de bioseguridad sanitaria y contar con una identificación (foto check), estos pequeños detalles harán que la organización cumpla a cabalidad con ofrecer un servicio de calidad en beneficio de los clientes, puesto que los elementos tangibles son todos los que integran el establecimiento.
6. Se recomienda implementar la propuesta de mejora elaborada como consecuencia de los resultados obtenidos al ejecutar el trabajo de investigación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arenal, C. (2019). *Atención básica al cliente. MF 1329*. Editorial Tutor Formación (ed.).  
<https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/105977>
- Cano, B., Lopez, E., Valdez, S., y Villarreal, N. (2019). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción al cliente del restaurante el Fogón, Huaraz-2019*. Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59259>
- Cano, D. (2019). *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11939>
- Cárdenas, L. K., & Díaz, G. L. (2019). *Estrategias de promoción y su relación con el nivel de satisfacción de los clientes de restaurantes categorizados del distrito de Tarapoto, año 2018*. Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto.  
[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNSM\\_be03b466e25a39fa956ae157b13a3338](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNSM_be03b466e25a39fa956ae157b13a3338)
- Cuenca, P. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPES del sector servicio rubro restaurantes en el cercado de Tumbes, 2018*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000052400>
- Davila, M., & Barboza, M. (2019). *Servicio al cliente y la relación con la satisfacción del cliente, en el restaurante Yenifer de Tarapoto, periodo 2016*. Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto. <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/3314>
- 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/tesisjrtd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Education (sexta ed.).
- Izquierdo, F. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. IC Editorial. 1° Edición.  
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/113432>
- Jabaloyes, J., Carot, J., y Carrión, A. (2020). *Introducción a la gestión de la calidad*. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. <https://elibro.net/es/lc/uladech/titulos/165233>

- Limas, N. (2019). *Desempeño laboral y satisfacción del cliente en la pollería Roy Chicken, Huaraz - 2019*. Universidad Privada Telesup.  
[https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/817/1/LIMAS GANTU NELLY HAYDE.pdf](https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/817/1/LIMAS_GANTU_NELLY_HAYDE.pdf)
- 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.
- Monroy, M., & Urcádiz, F. (2019). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México*.  
<http://www.scielo.org.mx/pdf/ia/v48n123/2448-7678-ia-48-123-00006.pdf>
- Paz, J. (2020). *Gestión de calidad y satisfacción del cliente en las MYPE rubro restaurante en el centro de Chulucanas, año 2020*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.  
<http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/16950>
- Ramírez, G. (2017). *Marketing de Servicios*. <http://www.areandina.edu.co>
- 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>
- Roncal, N. (2020). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro FILA S.R.L Satipo, 2020*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19601>
- Torres, C. A. (2018). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. IC Editorial.  
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/113435>

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

*Título: Propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción de cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.*

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variable y dimensiones	Metodología
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuál es la propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Cuáles son las características de la fiabilidad como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?</li> <li>¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?</li> </ol>	<p><b>Objetivo general:</b> Establecer la propuesta de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Determinar las características de la fiabilidad como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.</li> <li>Conceptualizar las características de la capacidad de respuesta como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.</li> </ol>	<p>En la presente investigación no se elaboró la hipótesis, por tratarse de una investigación de diseño descriptivo (Hernández y Mendoza, 2018).</p>	<p><b>Variable</b></p> <p>Satisfacción del cliente</p> <p><b>Dimensiones</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplimiento de promesa</li> <li>- Resolución de problemas</li> <li>- Buen servicio</li> <li>- Cumplimiento de plazo</li> <li>- Comunicación</li> <li>- Servicio rápido</li> <li>- Ayuda inmediata</li> <li>- Empleados disponibles</li> <li>- Comportamiento confiable</li> <li>- Clientes seguros</li> </ul>	<p><b>Tipo</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño</b> No experimental – transversal – descriptivo</p> <p><b>Población</b> 178 clientes de la cevichería “Mar de Copas” Carhuaz</p> <p><b>Muestra:</b> 122 clientes</p>

<b>Problemas</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variable y dimensiones</b>	<b>Metodología</b>
3. ¿Cuáles son las características de la seguridad como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?	3. Detallar las características de la seguridad como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.		- Amabilidad de los empleados - Conocimientos suficientes - Horarios de trabajo - Atención personalizada	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumento:</b> Cuestionario
4. ¿Cuáles son las características de la empatía como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?	4. Determinar las características de la empatía como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.		- Interés por los clientes - Necesidades de los clientes - Equipos - Instalaciones - Empleados - Elementos materiales	<b>Prueba de hipótesis:</b> No se realizó ninguna prueba porque no se planteó hipótesis.
5. ¿Cuáles son las características de los elementos tangibles como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021?	5. Describir las características de los elementos tangibles como factor relevante de la satisfacción del cliente de la micro y pequeña empresa: caso cevichería “Mar de Copas” en la ciudad de Carhuaz, 2021.			

## Anexo 2: Instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

### CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los clientes de las Micro y Pequeñas Empresas para desarrollar la investigación titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA "MAR DE COPAS" EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021. Para obtener el título profesional de licenciada en administración.

#### INSTRUCCIONES:

Se presenta un conjunto de 22 ítems, los cuales miden las dimensiones de la satisfacción del cliente y la gestión de la calidad en la micro y pequeña empresa: caso cevichería "Mar de Copas" en la ciudad de Carhuaz. Se presenta una escala de valoración. Favor de marcar una de las alternativas, la que usted estime conveniente. Se agradece su participación en este cuestionario.

N°	ITEMS	ESCALA				
		Muy satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
<b>VI: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>						
<b>Dimensión 1: FIABILIDAD</b> (cumplimiento de promesa, resolución de problemas, buen servicio, cumplimiento de plazo)						
01	¿Cuál es su satisfacción con respecto a que la empresa cumple con lo prometido al momento de brindar el servicio?			X		
02	¿Cómo califica su satisfacción en relación a que la empresa resuelve las inquietudes que puedan tener los clientes?				X	
03	¿En qué nivel se encuentra su satisfacción a que el servicio que presta la empresa es de óptima calidad?				X	
04	¿Cómo se encuentra su satisfacción con respecto a que la empresa cumple con el servicio en el tiempo establecido?			X		

<b>Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA</b> (comunicación, servicio rápido, ayuda inmediata, empleados disponibles)					
05	¿Cómo califica su satisfacción en relación a que los empleados poseen una buena comunicación en la atención al cliente?			X	
06	¿Cuál es su satisfacción respecto a que los empleados brindan un servicio oportuno?			X	
07	¿En qué nivel se encuentra su satisfacción respecto a que los empleados siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata?			X	
<b>Dimensión 3: SEGURIDAD</b> (comportamiento confiable, clientes seguros, amabilidad de los empleados, conocimientos suficientes)					
08	¿Cuál es su satisfacción frente a que los empleados muestran un comportamiento confiable que motiva a los clientes a sentirse a gusto y seguros en el establecimiento?			X	
09	¿En qué nivel se encuentra su satisfacción en relación a que los empleados muestran un trato amable?				X
10	¿Cómo se encuentra su satisfacción en función a que los empleados poseen habilidades y conocimientos suficientes para brindar el servicio?			X	
<b>Dimensión 4: EMPATÍA</b> (horarios de trabajo, atención personalizada, interés por los clientes, necesidades de los clientes)					
11	¿Cómo califica su satisfacción con respecto al horario de atención que la empresa ofrece a los clientes, son las más adecuadas?				X
12	¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a la atención personalizada brindada el por el personal de la empresa?				X
13	¿En qué nivel califica su satisfacción respecto a que los empleados se muestran atentos y toman en cuenta las necesidades de los clientes?			X	
<b>Dimensión 5: ELEMENTOS TANGIBLES</b> (equipos, instalaciones, empleados, elementos materiales)					
14	¿Cuál es su satisfacción en relación a los equipos e instalaciones que posee el establecimiento, están de acorde al tipo de negocio?			X	
15	¿Cómo califica su satisfacción respecto a que los empleados mantienen una buena presentación personal y cumplen con todos los protocolos de bioseguridad?				X
16	¿En qué nivel se encuentra su satisfacción en cuanto a la carta de presentación de la empresa, está de acorde al servicio que brinda?			X	

### **Anexo 3: Validez del instrumento**

#### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Norabuena Mendoza, César Hernán  
Magister en administración de negocios

Presente

Asunto: Validación de instrumento a través de juicio de experto.

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy la alumna Solís Broncano, Grimanesa Asunción, con código de matrícula N° 1211181084, de la Carrera Profesional de administración, ciclo VIII, estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Mi persona viene realizando el proyecto de investigación titulado: “PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA “MAR DE COPAS” EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021”, con el fin de obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración, por lo que requiero validar el instrumento de recolección de datos con el cual recogeré información necesaria para poder desarrollar la mencionada investigación.

Siendo necesario contar con la aprobación de docentes expertos para poder aplicar el instrumento en mención, considero conveniente recurrir a usted y a su profesionalismo para que emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efecto de su análisis, adjunto los siguientes documentos:

- ✓ Carta de presentación
- ✓ Matriz de operacionalización de variables
- ✓ Matriz de consistencia
- ✓ Ficha de validación del instrumento
- ✓ Instrumento de recolección de datos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, y, en espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,



---

Solís Broncano, Grimanesa Asunción  
DNI. N° 40988952

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Norabuena Mendoza, César Hernán

**1.2. Grado Académico:** Magister en administración de negocios

**1.3. Profesión:** Administración

**1.4. Institución donde labora:** Universidad Cesar Vallejo

**1.5. Cargo que desempeña:** Docencia

**1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario

**1.7. Autor del instrumento:** Solís Broncano, Grimanesa Asunción

**1.8. Carrera:** Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: FIABILIDAD (cumplimiento de promesa, resolución de problemas, buen servicio, cumplimiento de plazo).							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA (comunicación, servicio rápido, ayuda inmediata, empleados disponibles).							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
Dimensión 3: SEGURIDAD (comportamiento confiable, clientes seguros, amabilidad de los empleados, conocimientos suficientes).							
8	X		X		X		

9	X		X		X		
10	X		X		X		
Dimensión 4: EMPATÍA (horarios de trabajo, atención personalizada, interés por los clientes, necesidades de los clientes).							
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		
Dimensión 5: ELEMENTOS TANGIBLES (equipos, instalaciones, empleados, elementos materiales).							
14	X		X		X		
15	X		X		X		
16	X		X		X		

**Otras observaciones generales:**



\_\_\_\_\_  
Firma

**Mg. Norabuena Mendoza, Cesar Hernán**

DNI N°43278157

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a):

León Vigo, Maritza

Magister en administración

Presente

Asunto: Validación de instrumento a través de juicio de experto.

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy la alumna Solís Broncano, Grimanesa Asunción, con código de matrícula N° 1211181084, de la Carrera Profesional de administración, ciclo VIII, estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Mi persona viene realizando el proyecto de investigación titulado: “PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA “MAR DE COPAS” EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021”, con el fin de obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración, por lo que requiero validar el instrumento de recolección de datos con el cual recogeré información necesaria para poder desarrollar la mencionada investigación.

Siendo necesario contar con la aprobación de docentes expertos para poder aplicar el instrumento en mención, considero conveniente recurrir a usted y a su profesionalismo para que emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efecto de su análisis, adjunto los siguientes documentos:

- ✓ Carta de presentación
- ✓ Matriz de operacionalización de variables
- ✓ Matriz de consistencia
- ✓ Ficha de validación del instrumento
- ✓ Instrumento de recolección de datos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, y, en espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,



---

Solís Broncano, Grimanesa Asunción  
DNI. N° 40988952

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** León Vigo, Maritza
- 1.2. Grado Académico:** Magister en Administración
- 1.3. Profesión:** Licenciada en Administración
- 1.4. Institución donde labora:** Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote
- 1.5. Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento:** Solís Broncano, Grimanesa Asunción
- 1.8. Carrera:** Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: FIABILIDAD (cumplimiento de promesa, resolución de problemas, buen servicio, cumplimiento de plazo).							
1	X						
2	X						
3			X				
4	X						
Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA (comunicación, servicio rápido, ayuda inmediata, empleados disponibles).							
5	X						
6					X		
7					X		
Dimensión 3: SEGURIDAD (comportamiento confiable, clientes seguros, amabilidad de los							

empleados, conocimientos suficientes).							
8					X		
9			X				
10	X						
Dimensión 4: EMPATÍA (horarios de trabajo, atención personalizada, interés por los clientes, necesidades de los clientes).							
11	X						
12			X				
13			X				
Dimensión 5: ELEMENTOS TANGIBLES (equipos, instalaciones, empleados, elementos materiales).							
14	X						
15	X						
16	X						

**Otras observaciones generales:**

\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_

Firma

León Vigo, Maritza

DNI N° 18858304

CLAD N° 04127

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a):

Villa Santillán, María Silvia  
Magister en administración

Presente

Asunto: Validación de instrumento a través de juicio de experto.

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy la alumna Solís Broncano, Grimanesa Asunción, con código de matrícula N° 1211181084, de la Carrera Profesional de administración, ciclo VIII, estudiante de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Mi persona viene realizando el proyecto de investigación titulado: “PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA “MAR DE COPAS” EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021”, con el fin de obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración, por lo que requiero validar el instrumento de recolección de datos con el cual recogeré información necesaria para poder desarrollar la mencionada investigación.

Siendo necesario contar con la aprobación de docentes expertos para poder aplicar el instrumento en mención, considero conveniente recurrir a usted y a su profesionalismo para que emita su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efecto de su análisis, adjunto los siguientes documentos:

- ✓ Carta de presentación
- ✓ Matriz de operacionalización de variables
- ✓ Matriz de consistencia
- ✓ Ficha de validación del instrumento
- ✓ Instrumento de recolección de datos

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, y, en espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,



---

Solís Broncano, Grimanesa Asunción  
DNI. N° 40988952

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

**1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto):** Villa Santillán, María Silvia

**1.2. Grado Académico:** Maestra

**1.3. Profesión:** Licenciada en Administración

**1.4. Institución donde labora:** Universidad César Vallejo

**1.5. Cargo que desempeña:** Docente

**1.6. Denominación del instrumento:** Cuestionario

**1.7. Autor del instrumento:** Solís Broncano, Grimanesa Asunción

**1.8. Carrera:** Administración

### II. VALIDACIÓN:

#### Ítems correspondientes al Instrumento 1

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: FIABILIDAD (cumplimiento de promesa, resolución de problemas, buen servicio, cumplimiento de plazo).							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
Dimensión 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA (comunicación, servicio rápido, ayuda inmediata, empleados disponibles).							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		

Dimensión 3: SEGURIDAD (comportamiento confiable, clientes seguros, amabilidad de los empleados, conocimientos suficientes).							
8	X		X		X		
9	X		X		X		
10	X		X		X		
Dimensión 4: EMPATÍA (horarios de trabajo, atención personalizada, interés por los clientes, necesidades de los clientes).							
11	X		X		X		
12	X		X		X		
13	X		X		X		
Dimensión 5: ELEMENTOS TANGIBLES (equipos, instalaciones, empleados, elementos materiales).							
14	X		X		X		
15	X		X		X		
16	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Firma

Villa Santillán, María Silvia  
DNI N°08712710

## Anexo 4: Confiabilidad del instrumento

110	Ciente 110	19/10/2021	5	5	5	5	5	5	5
111	Ciente 111	19/10/2021	5	5	5	5	4	4	4
112	Ciente 112	19/10/2021	4	4	4	2	2	2	4
113	Ciente 113	19/10/2021	4	4	4	5	5	5	5
114	Ciente 114	19/10/2021	5	4	5	4	5	5	5
115	Ciente 115	19/10/2021	4	3	3	4	4	4	4
116	Ciente 116	19/10/2021	4	4	4	4	4	4	4
117	Ciente 117	19/10/2021	4	3	3	4	4	4	4
118	Ciente 118	19/10/2021	5	5	5	5	3	5	4
119	Ciente 119	19/10/2021	2	3	3	3	2	3	2
120	Ciente 120	19/10/2021	4	4	4	5	4	4	4
121	Ciente 121	19/10/2021	4	4	4	4	4	4	4
122	Ciente 122	19/10/2021	4	5	4	4	4	4	5
Varianza			0.83	0.78	0.71	1.06	0.63	1.05	1.01

Nota. Cuestionario aplicado a los clientes de la cevichería "Mar de Copas" Carhuaz, 2021.

### Escala de medición ordinal - likert

**Items:**  
 Muy satisfecho 5  
 Satisfecho 4  
 Ni satisfecho, ni insatisfecho 3  
 Insatisfecho 2  
 Muy insatisfecho 1

### ANÁLISIS DE LA CONSISTENCIA O CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO CON EL ALFA DE CRONBACH

#### Fórmula:

$$a = k/(k-1)[1 - (\sum Vi/Vt)]$$

#### Donde:

a (Alfa) = **0.95**  
 k (Número de items) = 16  
 Vi (Varianza de cada item) = 12.46  
 Vt (Varianza total) = 116.04

#### Interpretación:

La presente investigación es consistente y confiable, por lo tanto tiene validez.

## Anexo 5: Formatos de consentimiento informado

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS**  
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA "MAR DE COPAS" EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021** y es dirigido por Solís Broncano, Grimanesa Asunción, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la cevichería "Mar de copas" de la ciudad de Carhuaz, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211181084@uladech.pe](mailto:1211181084@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

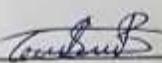
Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Hibeth Mireya Casanova Cruz

Fecha: 18-10-21

Correo electrónico: hibethcasanova@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador: 



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 PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA "MAR DE COPAS" EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021 y es dirigido por Solís Broncano, Grimanesa Asunción, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la cevichería "Mar de copas" de la ciudad de Carhuaz, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211181084@uladech.pe](mailto:1211181084@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Miguel Angel Torres

Fecha: 17/10/21

Correo electrónico: MTORRES\_eaf@uladech.pe

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador: [Firma manuscrita]



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 PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA "MAR DE COPAS" EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021 y es dirigido por Solís Broncano, Grimanesa Asunción, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la cevichería "Mar de copas" de la ciudad de Carhuaz, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211181084@uladach.pe](mailto:1211181084@uladach.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Jaime Albino Puntillo Salas

Fecha: 17-10-2021

Correo electrónico: jaime.puntillo@gmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador: [Firma manuscrita]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA "MAR DE COPAS" EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021 y es dirigido por Solís Broncano, Grimesa Asunción, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la cevichería "Mar de copas" de la ciudad de Carhuaz, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211181084@uladech.pe](mailto:1211181084@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Monica Vargas Lopez

Fecha: 17 - Octubre - 2021

Correo electrónico: -

Firma del participante: [Firma]

Firma del investigador: [Firma]



UNIVERSIDAD CATOLICA 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 **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA "MAR DE COPAS" EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021** y es dirigido por Solís Broncano, Grimanesa Asunción, estudiante investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es recopilar información de los clientes para proponer mejoras de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad en la cevichería "Mar de copas" de la ciudad de Carhuaz, y de esta manera poder sentar una base científica en este campo de estudios. 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 medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo [1211181084@uladech.pe](mailto:1211181084@uladech.pe) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: Patricio Alvarado Nejo

Fecha: 12/06/21

Correo electrónico: gentana-s-ra@hotmail.com

Firma del participante: [Firma manuscrita]

Firma del investigador: [Firma manuscrita]

## Anexo 6: Documento de aprobación para la recolección de la información

  
UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta N° 001-2021-SBGA-ULADECH CATÓLICA

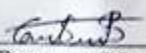
Sr(a)  
Jaqueline Roxana, Cadillo Cruz  
Propietaria de la cevichería "Mar de Copas" - Carhuaz  
Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, Solís Broncano, Grimanesa Asunción, con código de matrícula N° 1211181084, de la Carrera Profesional de administración, ciclo VIII, quién solicita autorización para ejecutar de manera presencial, remota o virtual, el proyecto de investigación titulado "Propuestas de mejora de los factores relevantes de la satisfacción del cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso cevichería "Mar de Copas" en la ciudad de Carhuaz, 2021", durante los meses de Setiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

  
Solís Broncano, Grimanesa Asunción  
DNI. N° 40988952

*Se recibió el documento y se acepta la solicitud*  
*Jaqueline Roxana cadillo cruz*  
*Administradora - propietaria*  
*0983 7 41275509*



## Anexo 7: Evidencias de ejecución

### DECLARACIÓN JURADA

Yo, Solís Broncano Grimanesa Asunción, identificada con DNI N° 40988952, con código de estudiante 1211181084, estudiante de la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, declaro bajo juramento que:

Los datos presentados como resultados de la investigación son reales, no han sido falsificados, ni copiados, ni adulterados, pues los resultados fueron obtenidos de los clientes de la cevichería “Mar de Copas” de Carhuaz, quienes participaron libre y voluntariamente para responder a las interrogantes presentadas como parte de la investigación titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DE CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERÍA “MAR DE COPAS” EN LA CIUDAD DE CARHUAZ, 2021; tesis para optar el título profesional de Licenciada en Administración.

Por tanto, a través del presente asumo frente a la universidad cualquier responsabilidad que pudiera presentarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la investigación y no presenta ningún conflicto de interés; en consecuencia, me hago RESPONSABLE frente a la Universidad y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar tanto a la Universidad como a terceros por el incumplimiento de lo declarado.

De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos de la investigación, asumo las consecuencias y sanciones que provengan de mi acción, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.



---

Solís Broncano Grimanesa Asunción

DNI N° 40988952

## BASE DE DATOS

PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA: CASO CEVICHERRÍA "MAR DE COPAS" EN LA

ID	Nº Cliente	Fecha	P1 ¿Cuáles es su satisfacción con respecto a que la empresa cumple con lo prometido al momento de brindar el servicio?	P2 ¿Cómo califica su satisfacción en relación a que la empresa resuelve las inquietudes que puedan tener los clientes?	P3 ¿En qué nivel se encuentra su satisfacción respecto a que el servicio que presta la empresa es de óptima calidad?	P4 ¿Cómo se encuentra su satisfacción con respecto a que la empresa cumple con el servicio en el tiempo establecido?	P5 ¿Cómo califica su satisfacción en relación a que los empleados poseen buena comunicación en la atención al cliente?	P6 ¿Cuál es su satisfacción respecto a que los empleados brindan un servicio oportuno?	P7 ¿En qué nivel se encuentra su satisfacción respecto a que los empleados siempre están atentos y dispuestos a brindar ayuda inmediata?	P8 ¿Cuál es su satisfacción frente a que a los empleados muestran un comportamiento confiable que motiva a los clientes a sentirse a gusto y seguros en el establecimiento?
1	Cliente 1	6/10/2021	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
2	Cliente 2	6/10/2021	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
3	Cliente 3	6/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
4	Cliente 4	6/10/2021	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
5	Cliente 5	7/10/2021	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
6	Cliente 6	7/10/2021	Muy insatisfecho	Muy satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
7	Cliente 7	7/10/2021	Satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho
8	Cliente 8	7/10/2021	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho
9	Cliente 9	7/10/2021	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
10	Cliente 10	7/10/2021	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho
11	Cliente 11	7/10/2021	Muy satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
12	Cliente 12	7/10/2021	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho
13	Cliente 13	7/10/2021	Muy satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho	Muy satisfecho
14	Cliente 14	7/10/2021	Muy insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
15	Cliente 15	9/10/2021	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho
16	Cliente 16	9/10/2021	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
17	Cliente 17	9/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
18	Cliente 18	9/10/2021	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho
19	Cliente 19	9/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
20	Cliente 20	9/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
21	Cliente 21	9/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
22	Cliente 22	9/10/2021	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
23	Cliente 23	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
24	Cliente 24	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
25	Cliente 25	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
26	Cliente 26	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho
27	Cliente 27	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
28	Cliente 28	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
29	Cliente 29	10/10/2021	Satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
30	Cliente 30	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
31	Cliente 31	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
32	Cliente 32	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
33	Cliente 33	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
34	Cliente 34	10/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
35	Cliente 35	11/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
36	Cliente 36	11/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
37	Cliente 37	11/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
38	Cliente 38	11/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho
39	Cliente 39	11/10/2021	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho	Satisfecho
40	Cliente 40	11/10/2021	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho	Ni satisfecho, ni insatisfecho



