



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA
RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN
JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023**

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

AUTOR

BERROCAL TELLO, FRANKLIN EDISON

ORCID: 0000-0003-2315-3029

ASESOR

MGTR. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

AYACUCHO-PERÚ

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0024-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **22:10** horas del día **09** de **Enero** del **2024** 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
Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023**

Presentada Por :
(3111152018) **BERROCAL TELLO FRANKLIN EDISON**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado 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

Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
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: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023 Del (de la) estudiante BERROCAL TELLO FRANKLIN EDISON, asesorado por ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 7% 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, 13 de Marzo del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

DEDICATORIA

Mi tesis dedico a Dios porque me ha bendecido grandemente en cada aspecto de mi vida, sobre todo para poder lograr lo que he hecho hasta ahora, porque su fe ha sido mi fortaleza.

AGRADECIMIENTO

A Dios. Por sembrar en mí sentimientos de paz y alimentarme cada día de pensamiento bonito para proyectar mi luz al mundo.

ÍNDICE GENERAL

Carátula.....	I
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Índice general	VI
Lista de tablas	VII
Lista de figuras	VIII
Resumen	IX
Abstract.....	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
II. MARCO TEÓRICO	5
2.1 Antecedentes	5
2.2 Bases teóricas.....	13
2.3 Hipótesis	31
III. METODOLOGÍA.....	32
3.1 Nivel, Tipo y Diseño de Investigación	32
3.2 Población y Muestra	33
3.3 Variables. Definición y Operacionalización	35
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	37
3.5 Método de análisis de datos	37
3.6 Aspectos Éticos.....	38
IV. RESULTADOS	40
V. DISCUSIÓN	52
VI. CONCLUSIONES	73
VII. RECOMENDACIONES.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	76
ANEXOS	81
Anexo 01. Matriz de Consistencia.....	81
Anexo 02. Instrumento de recolección de información.....	82
Anexo 3. Validez del instrumento	84
Anexo 04. Confiabilidad del instrumento	96
Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado	98
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información ..	99
Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos)	100

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023	40
Tabla 2. Características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023	42
Tabla 3. Características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023	44
Tabla 4. Características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023	46
Tabla 5. Características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023	48
Tabla 6. Propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023 .	50

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023	41
Figura 2. Características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023	43
Figura 3. Características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023	45
Figura 4. Características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023	47
Figura 5. Características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.	49

RESUMEN

La presente investigación planteo objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo-de propuesta, de diseño no experimental- transversal. Para el recojo de información se utilizó una población infinita y muestra 90 clientes a quienes se aplicó un cuestionario de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados. El 55.56% de los clientes indicaron que algunas veces la comunicación es oportuna en la empresa recreo campestre, el 31.11% de los clientes señalaron que nunca el personal que los atiende reconoce sus necesidades de los usuarios, el 33.33% de los clientes mencionaron que algunas veces hacen uso de sus habilidades al comunicarse con los usuarios, el 50.00% de los clientes indicaron que siempre cumplen con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades de los usuarios, el 35.56% de los clientes indicaron que nunca tiene definida cuáles son sus objetivos y metas. Se concluye que la mayoría de los clientes brindan consistentemente al cliente un servicio adecuado y satisfacción al comprender cómo transmitir las características del producto, ganarse su confianza, asesorarlos, aprender de ellos, comprender sus necesidades, aplicar técnicas de servicio al cliente, cumplir con prontitud sus solicitudes y comprender cómo reconocer y abordar las quejas. Adicionalmente, se demostró que existían falencias en la gestión de la calidad, demostrando pocas veces se comunica la visión de la empresa y cómo frecuentemente se toman decisiones sin el respaldo de evidencias.

Palabras clave: Atención al cliente, Gestión de calidad, Microempresa

ABSTRACT

This research aims to establish a general objective: Establish a proposal to improve quality management and customer service in the small country recreation company Villa Santa Rosa, district of San Juan Bautista, Ayacucho, 2023. The research was quantitative, descriptive level -proposal, non-experimental-cross-sectional design. To collect information, an infinite population was used and it sampled 90 clients to whom a 20-question questionnaire was applied through the survey technique. Obtaining the following results. 55.56% of the clients indicated that sometimes communication is timely in the country recreation company, 31.11% of the clients indicated that the staff that serves them never recognizes their user needs, 33.33% of the clients mentioned that sometimes they use their skills when communicating with users, 50.00% of clients indicated that they always comply with the requirements that are worked to satisfy the needs of users, 35.56% of clients indicated that they never have defined what their objectives and goals. It is concluded that the majority of customers consistently provide the customer with adequate service and satisfaction by understanding how to convey product features, gain their trust, advise them, learn from them, understand their needs, apply customer service techniques, comply promptly your requests and understand how to recognize and address complaints. Additionally, it was demonstrated that there were shortcomings in quality management, demonstrating how the company's vision is rarely communicated and how decisions are frequently made without the support of evidence.

Keywords: Customer service, Quality management, Microenterprise

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Respecto al caso América Latina, la atención al cliente no es prioridad para las empresas en comparación a otros continentes en dónde estos procesos se mantienen en constante mejoría, hecho que se debe a que el mercado latinoamericano se ve empeorada por una visión desactualizada de las empresas frente a este importante requerimiento de cualquier negocio, que es el diferencial más importante para los clientes, por encima incluso del precio o el producto. Además de esto, las empresas tienen el gran problema de que no habilitan los canales adecuados para acercarse a los clientes, pues en el continente gran parte de las organizaciones apenas están empezando a considerar sus redes sociales como posibles canales de atención (Bernal, 2019).

En el mundo la calidad en la atención al cliente no es un tema actual dentro de las empresas, ya que desde siempre los clientes han requerido el mejor trato y la mejor atención al obtener un producto o servicio, continuo de la confiabilidad, calidad, preciosy decidida innovación por parte de las mismas, por lo general cada una de las empresas se han visualizado a la tarea de investigar otras alternativas para acumular dichos requerimientos. (López, 2020)

En Ecuador la gestión de calidad conforme a la norma ISO 9001 le permitirá mejorar la calidad de sus bienes y servicios, hacer más eficientes los procedimientos de su empresa y también participar en los procedimientos de contratación publicados por las autoridades administrativas estatales (Iso 9001, 2022)

En Argentina, el 80% del suelo agrícola está ocupado por mypes. Muchos de ellos trabajan duro para innovar y modernizarse con el fin de aumentar la gestión de calidad en sus productos así puedan lograr mediante el uso de nuevas tecnologías que aumentan la eficiencia operativa y la productividad. A pesar de esto, las mypes no reciben atención individualizada. Y a diferencia de las grandes corporaciones, la mayoría de las pequeñas empresas carecen de estructuras de gestión técnica desarrolladas. Como resultado, se recomienda que las empresas brinden un servicio al cliente individualizado a través de una comunicación y un seguimiento efectivos; en la misma línea, se sugiere que las empresas desarrollen procedimientos de gestión de la calidad para incrementar su desempeño.

El Perú el análisis de la norma ISO 9001 facilita el análisis de los conceptos de calidad asociados a ella. La calidad se trata de qué tan bien un producto o servicio se adapta al uso previsto, en otras palabras, lo que quieren los clientes. Esto incluye esforzarse por satisfacer las necesidades de los consumidores y superar sus expectativas tanto como sea posible. La calidad Ha evolucionado mucho desde sus inicios. Este proceso le permite aumentar y afinar sus metas y enfocarse en satisfacer plenamente los deseos de los consumidores de bienes y usuarios de servicios. La Figura 1 reúne una representación gráfica de este desarrollo en los últimos años. (Lizarzaburu 2019)

Actualmente existe en el Perú competencia entre las empresas por ser el primero en lograr la atención al cliente, dado que puede llegar a diferir un largo proceso para convertirse en un cliente primordial, estando en frecuentes inspecciones en la entidad o de varias ventajas del producto que se brinda, dependiendo de la rotación de la empresa, para perder ese cliente y que este elija por ir a la competencia. No se debe de perder el objetivo de ejecutar con la satisfacción al cliente, y así cuidar caudalosamente de ellos, logrando tener un ambiente adecuado tanto para los empleados, clientes. (López, 2021)

Lo primero que se debe mejorar para que el consumidor tenga una percepción positiva de la marca es la personalización porque las pequeñas y medianas empresas en Colombia se esfuerzan por brindar a sus clientes servicios de alta calidad. Además de recopilar la información necesaria del usuario y teniendo en cuenta el backfeed generado en las redes sociales, la mayoría de las mypes deberían poder extraer los datos esenciales de ese universo de datos para personalizar la relación y agregar valor, compromiso y viabilidad a la relación comercial. Se sugiere examinar las mypes para comprender mejor la historia, los hábitos, las preferencias, las opiniones, las necesidades y el perfil general de cada consumidor (Moreno, 2021).

Los clientes de hoy son más exigentes que nunca debido a la entrada de nuevos competidores al mercado. Además del precio y la calidad del producto, los consumidores ahora buscan altos estándares en las interacciones humanas. Esto nos ha llevado a reconocer el valor del servicio prestado al cliente, y ahora valoramos la calidad como un importante valor añadido porque nos permite cumplir con sus expectativas (Cruz, 2019).

Este tipo de negocio, el que emplea a más personas en el caso de Perú, es principalmente familiar, y entre ellos existe una competencia feroz pero respetable por parte

del consumidor. Según el sitio web del Ministerio de la Producción, estos negocios representan el 99,5% de todos los negocios registrados legalmente en la economía peruana. Sin embargo, las mypes fallan ya que su personal no puede ayudar a los clientes con cualquier problema potencial, lo que resulta en una falta de servicio al cliente de alta calidad. Como resultado, más del 67 % de los clientes evitan usar los servicios debido a la mala atención al cliente. (Acuña, 2021).

Al hablar a nivel de Ayacucho, principalmente el problema que se percibe en las Mypes es la falta de dirección, implementación de la atención al cliente y la gestión de calidad, de ahí la importancia del proceso técnico necesario para que se mejore la buena toma de decisiones. También la pequeña empresa del recreo Villa Santa Rosa del distrito de San Juan Bautista debido a la exigencia de emisión de recibos electrónicos, han disminuido en lo que respecta la oferta de sus diversos servicios; por otra parte, los diversos administradores, como gerentes no tiene conocimiento de los beneficios de atención al cliente, por ende estos no los aplican en las distintas empresas que manejan, así también, no se puede afirmar si estos reciben capacitaciones constantes sobre el trabajo en equipo y diferentes aspectos que inciden en su desarrollo, es así que se ha tomado como fin de estudio en el restaurante, en la cual se podrán dar conclusiones sobre la caracterización de la atención al cliente y la gestión de calidad. Por todo lo expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?, para resolver el problema se plantearon los siguientes problemas específicos: ¿Cuáles son las características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?, ¿Cuáles son las características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?, ¿Cuáles son las características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?, ¿Cuáles son las características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?, ¿Cuáles son las características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?, ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?

Por lo tanto, la presente investigación se justifica desde la expectativa teórica permitiendo conocer herramientas administrativas y conceptos, características sobre atención al cliente que permitió describir la problemática del rubro de restaurantes y formular una propuesta de mejora. Además, desde un punto de vista práctico, la investigación se ha iniciado con la comprensión de los componentes de gestión de calidad y las características de servicio al cliente de los restaurantes; a partir de ahí se decidió desarrollar una propuesta de mejora que ayudara al dueño del recreo Villa Santa Rosa. Así mismo, se justifica porque ha sido de gran ayuda para recolectar información y datos nuevos de las variables en estudio, sirvió para conocer qué problemas hay y como mejorarlos con un buen planteamiento del plan de mejora. Finalmente, se justifica en el trabajo de investigación que se estableció un método descriptivo y aplicado, debido a que se describen las características de gestión de calidad y atención al cliente, y en base a los resultados se plantearon soluciones, se utilizó la técnica de la encuesta para recoger la información de los colaboradores del recreo campestre Villa Santa Rosa, utilizando el cuestionario con preguntas en escala Likert, lo que han sido Validados por tres expertos que ya tienen experiencia, permitiendo tener un instrumento más, también se realizó la prueba de confiabilidad a través de alfa de Cronbach para ver la fiabilidad de la prueba si se excluyera un determinado ítem, que sirva como marco referencial para futuras investigaciones.

En la investigación se formuló el siguiente objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023, y como objetivos específicos: Describir las características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023, Determinar las características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023, Determinar las características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023, Identificar las características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023, Describir las características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023, Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

A nivel internacional

Variable 1: Gestión de calidad

Pincay y Parra (2020) en su trabajo de investigación de Licenciatura de la Universidad Nacional de Ambato, Ecuador, Titulado Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras, 2020. Tuvo como objetivo general: Analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador, a través de una revisión documental. La metodología se desarrolló bajo el paradigma cualitativo, y se utilizó el método inductivo para realizar la revisión documental-descriptiva, la cual se realizó en dos etapas, la primera dedicada a la búsqueda de las fuentes primarias y la segunda a la realización del contenido. La fuente de información estuvo constituida por 38 artículos académicos o trabajos de investigación, de los cuales se seleccionó una muestra de 13 estudios que cumplieron con los criterios establecidos. Se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento cuestionario de 25 preguntas. Los resultados obtenidos es que el 80% de las condiciones en que operan las distribuidoras PYMES es cuanto, a la gestión de la calidad del servicio al cliente, el 26% de estas empresas carecen de sistemas de gestión de la calidad y utilizan métodos inestables para la evaluación del servicio. Por último, el 75% conocen el alcance y los objetivos de la gestión de la calidad. Se concluye que las PYMES son componentes esenciales para el crecimiento económico y deben ir acompañadas de un proceso de formación continua que apunte a mejorar los factores internos (actitudes y conocimientos de los empleados), así como las prácticas internas de la empresa que apoyen la gestión de la calidad del servicio al cliente.

Carvajal y Silva (2020) en su trabajo de investigación de Licenciatura de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador, Titulado Sistemas de Gestión de la Calidad en los Servicios y su Impacto en las Ventas de la Empresa Gerizim Cia Ltda. GERIZIM CIA, 2020. Tuvo como objetivo general: determinar el sistema de gestión de calidad de LTDA en la ciudad de Ambato repercute en el número de ventas, según un estudio de Ambato que fue presentado a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede de Ambato. La metodología utilizada fue exploratoria, correlativa, descriptiva, y la muestra estuvo conformada por 195 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario con

15 preguntas. Los resultados son los siguientes: el 61%, o el 15%, o 119 clientes, cree que los productos de la empresa tienen una calidad suficiente para satisfacer todas sus necesidades, mientras que el 28%, o 55 clientes, cree que son solo parcialmente adecuados. El 44% de los encuestados califica los servicios prestados por GERIZIM CIA LTD. personal como satisfactorio. El 78% de los 152 clientes encuestados dice que sería conveniente que se implementara el sistema; 22% dice que un sistema de gestión de calidad es innecesario. Se concluye que los clientes están satisfechos con el servicio brindado por la empresa; sin embargo, no debe pasarse por alto que una parte importante de esos clientes no están satisfechos, lo que indica que hubo problemas con el servicio en el momento en que se brindó. Esto indica que el personal no trabajó en armonía con el objetivo de satisfacer plenamente las necesidades del cliente.

Variable 2: Atención al cliente

Salgado (2019) en su investigación de Licenciatura de la Universidad Nacional de Chimborazo, Titulado Gestión y calidad en los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta Provincia de Chimborazo, 2019. Tuvo como objetivo principal: Identificar la relación de la gestión en la calidad de los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta. Este proyecto de investigación de acuerdo a su naturaleza de estudio es un estudio descriptivo y correlacional, en el cual se utilizó diferentes técnicas para la recolección de datos, tales como la observación directa y la encuesta que fue aplicada tanto a prestadores como visitantes información que me permitió obtener información relevante para la investigación. Obteniendo los siguientes resultados el 58% de los encuestado respondieron pertenecer a un cargo operativo, el 75% de los encuestados respondieron pertenecer al género femenino, el 50% que su conocimiento es regular, un 50% que definen que la gestión de la calidad de prestadores de servicios turísticos es mala y regular, un 33% califican como muy bueno y con un porcentaje mínimo del 8% quienes consideran que sus procesos son inadecuados, un 83% una calificación de bueno y porcentajes menores de muy bueno y excelente lo que implica que el personal se encuentra trabajando de forma armónica, un 25% como una gestión regular, el 21% y 23% entre bueno y muy bueno que implica que el visitante al momento de su llegada no tiene una amplia oferta a la cual adquirir y cubrir sus necesidades de viaje. un 33% con calificación de muy bueno lo que implica que las quejas fueron resueltas, pero no en el momento o a su vez no satisficieron por completo a los clientes, un 51% que es la mayoría

como un lugar inclusivo y accesible, un 18% como calificación buena lo que implica que el servicio que reciben in situ es adecuado. Concluyendo así una vez analizados los resultados obtenidos, se estableció la elaboración de un manual de calidad de atención y servicio al cliente como herramienta de implementación, control y evaluación para la gestión de la calidad que se lleva a cabo en los procesos y actividades dentro de los prestadores de servicios turísticos con el fin de convertir a Colta en un destino turístico de calidad lo que generará un desarrollo del turismo de manera local que beneficiará a todos, una vez se cumpla con cambios que mejoraran el trato con el visitante.

Barragán (2020) en su tesis de titulación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, titulado Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azúcar bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora, 2020. Cuyo objetivo general es el siguiente, analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos. La investigación es de tipo descriptiva, la cual tiene dos cuestionarios, una direccionada al representante de la empresa con quince preguntas y otra para los clientes que consta de catorce preguntas. Se obtuvieron los siguientes resultados, el 38% de los 114 encuestados, está de acuerdo en que el personal fue amable y respetuoso, el 38% está de acuerdo, el 33% de las personas encuestadas, están de acuerdo en que el tiempo de servicio estuvo dentro de lo esperado, el 24% está de acuerdo con el tiempo de servicio, el 60% del total de los encuestados está satisfecho dentro de la organización, En cuanto a las funciones y responsabilidades e 50% tiene muy en claro cuáles son sus funciones, en cuanto al sentimiento de motivación, el 48% se encuentra medianamente satisfecho, 38% se encuentra medianamente satisfecho recibiendo capacitaciones para mejorar su trabajo en atención al cliente, el 64% considera que reciben capacitaciones 2 veces al año, y se llega a las siguientes conclusiones, la mayor fortaleza es el ambiente y la limpieza de lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio.

A nivel nacional

Variable 1: Gestión de calidad

Camarena (2022) en su tesis de Licenciatura de la Universidad Señor de Sipán, Lima, Perú, Titulado Calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en el área del restaurante de la Granja Heidy- Lima, 2022. Se planteó como objetivo general proponer un plan estratégico de calidad basado en el modelo SERVQUAL para mejorar la atención al cliente en el área del restaurante de la Granja Heidy. La investigación se diseñó para ser descriptiva más que experimental y para hacer una propuesta. La población que se tomó en cuenta para la investigación fueron los clientes de la Granja Heidy, a quienes se aplicó un cuestionario con 20 ítems basado en las dos variables de investigación calidad de servicio y atención al cliente. Obteniendo los siguientes resultados un 22.22% indicó indiferencia con respecto a este punto, un 17.78% manifestó esta de total acuerdo, el 60% de los clientes está de acuerdo con respecto a la comodidad en las instalaciones con el mobiliario y los espacios establecidos en el restaurante, un 20% mostró indiferencia es decir no toma en cuenta el tiempo de espera, el 47.78% manifestó estar de acuerdo con el personal y si este cuenta con los conocimientos adecuados para desempeñar sus funciones, el 41.11% está de acuerdo con la información que el personal indica al cliente con respecto al producto que consume en el restaurante, un 47.78% de los clientes están de acuerdo con respecto al ítem7, un 24.44% mostró total acuerdo, un 34.44% mostró total acuerdo, un 27.78% estuvo de acuerdo, el 30% indicó total acuerdo, un 24.44% manifestó total acuerdo, un 36.67% de conformidad (de acuerdo) con respecto a la puntualidad, un 41.11% de total desacuerdo con respecto a resolución de problemas, El 50% de los encuestados indicaron estar de acuerdo con respecto al ítem15, que indica que sus expectativas han sido superadas con los servicios brindados en el restaurante, un 47.78% de acuerdo con respecto a si el servicio ofrecido es el adecuado y si los productos gastronómicos tuvieron buena presentación, sazón y sabor, el 44.44% de consumidores que manifestaron estar de acuerdo. Finalmente concluye que la atención percibida de igual manera fue diagnosticada a través de la aplicación del cuestionario a los 90 comensales, siendo los ítems del 14 al 20, los que permitieron medir los indicadores de la variable 'atención al cliente', se arrojaron resultados favorables debido a que indicaron que a pesar de no brindar una información acerca del producto gastronómico, califica el

servicio en su conjunto como bueno (42.22%), además que un 61.11% sí recomendaría al restaurante por sus instalaciones y servicio brindado.

Palacios (2021) en su artículo de Licenciatura de la Universidad San Martín de Porres, Titulado Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de av. Chulucanas - Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021 La presente investigación estableció como objetivo determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro restaurantes de Av. Chulucanas – Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021. Se utilizó metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. Los resultados fueron los siguientes: el 92% de los clientes encuestados dijo que el restaurante cumplió con sus expectativas; el 91% dijo que sería capaz de satisfacer las necesidades de los clientes; como resultado, el 96% de los clientes encuestados dijo que los empleados resolverían sus problemas; y el 93% dijo que los procedimientos serían apropiados. Se concluye los procedimientos utilizados son los mejores para aumentar las ventas y, en última instancia, lograr las metas de la empresa. Sin embargo, lo más importante para avanzar con las metas es la atención de los miembros del equipo. Por ejemplo, en la gran mayoría de los casos, Myspace se enfrenta al reto de aplicar estrategias para poder satisfacer las necesidades de sus clientes. Por ello, es necesario personalizar la atención para crear una experiencia de cliente excepcional.

Variable 2: Atención al cliente

Esquivel (2021) en su investigación de Licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Titulado Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021 tuvo por objetivo general: Determinar si la mejora de atención al cliente y gestión de calidad permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en la avenida Agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. La investigación fue diseñada para ser descriptiva y no experimental-transversal. Para el levantamiento de la información se utilizó una muestra representativa de 10 empresas, a las cuales se les administró un cuestionario de 14 preguntas mediante la técnica de la entrevista. Obteniendo los siguientes resultados: El 100% tiene una buena comunicación, el 80%

capacidad y conocimiento de organizar las actividades, el 70% mejoran actividades y técnicas, el 80% genera ganancias, el 80% toma buena decisión, el 50% conoce las técnicas modernas, el 80% cumple con las necesidades de los clientes, el 80% toma buenas decisiones para mejorar el platillo, el 60% tiene buena planificación y ganancia. En conclusión, el uso del servicio al cliente mejorará la gestión de la calidad en los Restaurantes Rubro de la Avenida Agraria.

Palacios (2022) en su investigación de Licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Titulado Gestión de calidad y atención al cliente en las imprentas en el distrito de Sullana Año 2019, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad y atención al cliente en las imprentas en el distrito de Sullana. La investigación fue descriptiva en un alto nivel, de naturaleza cuantitativa y de diseño transversal. Para la recolección de los datos se utilizó la técnica de la entrevista, junto con un cuestionario compuesto por 29 preguntas cerradas. Había 68 clientes y 37 personas participando en el sistema de gestión de calidad variable. Luego del análisis de los datos, se encontró que el 70% de los empleados encuestados cree que la empresa fomenta una cultura de calidad para mejorar continuamente sus procesos y servicios, y el 51% de los clientes encuestados cree que los empleados muestran constantemente amabilidad e interés genuino en sus clientes. Llegamos a la conclusión de que los principios de la gestión de la calidad están enfocados a los procesos porque la empresa fomenta una cultura de la calidad.

A nivel Local

Variable 1: Gestión de calidad

Cucho (2023) en su investigación de tesis de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, titulado Estrategias de publicidad para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro imprentas: Caso multiventas Yetmaliz, distrito Ayacucho, 2021, el objetivo general: Identificar cómo son las estrategias de publicidad para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro imprentas: caso multiventas Yetmaliz, distrito de Ayacucho, 2021. La metodología fue diseño no experimental – transversal – descriptivo. Para recolectar los datos se utilizó la muestra de 53 clientes para lo cual se utilizó la técnica de la encuesta, mediante un cuestionario que tiene 17 preguntas dirigida a los clientes de la Imprenta; para obtener los resultados: El

58% visualizan los anuncios por la televisión, el 6% escuchan anuncios por medios radiales, el 21% indican que siempre los costos son accesibles, el 13% estuvieron en descuentos, el 9% siempre visualizan el panel publicitario de la imprenta, 36% indicaron que la imprenta si cuenta con planes de mejora en pro de brindar servicios de calidad, el 43% indicaron que siempre son informados sobre los servicios que la imprenta ofrece. De acuerdo a los clientes encuestados de la imprenta, indicaron que siempre visualizan los anuncios de publicidad por medios de: televisión, radio y redes sociales; siempre el precio fue acorde al servicio de calidad que ofrecen y las entregas son oportunas dentro de las fechas establecidas.

Variable 2: Atención al cliente

Berrocal (2019) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Titulado Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, la autora propuso como objetivo general: describir la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes. Se empleó una metodología que fue de tipo aplicada e incluyó elementos de diseño cuantitativos, descriptivos y transversales. Para la recolección de datos se utilizó una muestra de 370 clientes, y el cuestionario contenía las siguientes 13 preguntas: Los resultados se organizan de acuerdo con los objetivos, tanto generales como específicos. Se llegó a obtener los resultados de: el 57% de los encuestados manifestaron que en ningún momento los reciben con un saludo amable; así mismo, el 58% de los encuestados manifestaron que los colaboradores de la empresa no se despiden del comensal de manera adecuada; también el 53% manifiesta que la empresa no realiza el agradecimiento a sus clientes por el consumo; el 62% manifiesta que la atención no se realiza profesionalmente; y por último, el 53% manifestó que los colaboradores de la empresa no les brindan la confianza que necesitan. Finalmente, llegamos a las siguientes conclusiones: Las micro y pequeñas empresas, como los restaurantes, no ofrecen servicios de alta calidad, no aceptan tarjetas de crédito como forma de pago y desconfían; sin embargo, ofrecen platos con buena sazón y tiempos de espera razonables.

Hinostroza (2021) en la investigación de tesis de Licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Titulado La atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos en el distrito de Jesús Nazareno, Ayacucho, 2018, el autor propuso como objetivo general: conocer la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas; en cuanto a la metodología, se usó el de tipo cuantitativo; es por eso que se hicieron presentes la presentación de artículos científicos, tesis, libros bibliográficos y la variable en mención. Así mismo, para la recolección de datos sobre la variable, se optó por realizar encuestas que fueron aplicadas a una cantidad de 50 personas, tanto del género masculino y femenino; los cuales eran dueños de las mypes del rubro restaurantes en el distrito de Jesús Nazareno. Sin embargo, se obtuvieron resultados el 46 % corresponden a 23 personas quienes tienen entre 20 y 30 años de edad, el 36% corresponde al género masculino, el 22% que representa 11 clientes o consumidores en restaurantes consideran SI, el 60% que representa 30 clientes o consumidores en restaurantes consideran SI, el 34% que representa 17 clientes o consumidores consideran SI, el 46% que representa 23 clientes o consumidores en restaurantes consideran SI, el 72% que representa 36 clientes o consumidores consideran SI, el 42% que representa 21 clientes o consumidores consideran SI, el 48% que representa 24 clientes o consumidores consideran SI, el 46% que representa 23 clientes o consumidores consideran SI, el 78% que representan 39 personas consideran NO, el 82% que representan 41 personas consideran NO, el 88% que representan 44 personas .consideran NO, el 88% que representan 44 personas .consideran NO, el 94% que representan 47 personas consideran NO. Se concluye que dar atención a los clientes es crucial para las empresas porque al hacerlo les permitirá mejorar su estabilidad económica al satisfacer todas las necesidades de sus clientes.

Romaní (2020) en su tesis de su investigación de Licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Titulado Caracterización de la atención al cliente y las ventas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Huanta, Ayacucho, 2018; estableció como Objetivo General: Conocer las características de la atención al cliente y las ventas en las micro y pequeñas empresas rubro de los restaurantes del Distrito de Huanta, Ayacucho, 2018. Se utilizó el método cuantitativo aplicado con un nivel descriptivo y un diseño transversal no experimental. Con base en una muestra de conveniencia de 100 clientes para este estudio, se utilizó la técnica de la

entrevista, y el instrumento fue un cuestionario de 18 ítems. La población estuvo conformada por los clientes. Teniendo como los resultados el 50% son de sexo masculino, el 34% tienen entre 18-25 años, el 27% tienen estudios de superior universitaria, el 70% manifiesta que si la capacidad de respuesta en atención es rápido y ágil, el 71% manifestaron que si el personal a cargo de la atención le inspira confianza, el 61% manifiesta que los restaurantes del Distrito de Huanta no cuentan con personal calificado para la atención, el 57% manifiesta que si el personal de los restaurantes de la ciudad de Huanta le transmite seguridad al momento de brindar el servicio, el 54% manifiestan que si se encuentran satisfecho con el servicio de atención al cliente de los restaurantes de la ciudad de Huanta, el 67% manifestaron que no considera que los restaurantes del Distrito de Huanta se preocupen por conocer sus necesidades en la atención, el 53% manifestaron que los restaurantes del Distrito de Huanta no ponen énfasis en fidelizar a sus clientes, el 52% manifiestan que los restaurantes de la ciudad de Huanta no cuentan con promociones atractivas para sus clientes, el 78% manifestaron que si los precios de los restaurantes del Distrito de Huanta son adecuados. La conclusión muestra que los elementos clave del servicio al cliente son la capacidad de respuesta, la confiabilidad, la amabilidad y la seguridad. Cabe mencionar que pocos restaurantes en el Distrito de Huanta cuentan con personal calificado para brindar atención al cliente; Si bien sus precios son razonables, muchos de estos establecimientos no ponen un gran énfasis en mantener contentos a sus clientes u ofrecer descuentos atractivos. Además, la preparación, las necesidades, la presentación, la argumentación y el cierre son partes del proceso de ventas. Sin embargo, se descubrió que, durante la fase de cierre, nadie se aseguró de que el cliente estuviera satisfecho.

2.2 Bases teóricas

Variable 1: Gestión de calidad

El objetivo de la gestión de la calidad es mejorar los procesos comerciales internos y externos para proporcionar un producto que satisfaga las necesidades del cliente. Esto se hace mediante la aplicación de una variedad de herramientas y técnicas (Camisón, Cruz y González, 2019). Es así como, la gestión de calidad se enfoca en mejorar la situación de la empresa.

Mientras para el autor Carro y Gonzales (2020) afirma que, el proceso, la acción y el resultado de la gestión de recursos dentro de una organización pública o privada se conocen como gestión de la calidad. La meta es lograr los objetivos establecidos por toda la organización o una parte de ella.

La mejor manera de que cualquier organización mejore su competitividad es a través de la gestión de la calidad. Esto implica elevar continuamente el nivel de los productos y servicios mientras se reducen los costos, se aumenta la productividad, se reducen los precios, se aumenta la participación en el mercado y se mejora el retorno de la inversión para la empresa (Lizarzaburu, 2020)

Dimensiones de gestión de calidad

Dimensión 1. Principio de la calidad

Los principios de la gestión de calidad no pueden ser cerrados, en el momento en el que se implemente la norma ISO 9001 la empresa no se debe resentir. Para que dicha norma le pueda ser útil a la organización tiene que tomarse no como un sistema que se debe implementar sino como un sistema de referencia. Lo deseable es que sea un proceso de mejora continua en el cual la norma ISO 9001 actúe como parte del principio de organización de la calidad. (Lizarzaburu, 2020)

Establecer qué son los principios de la calidad implica reconocer que existe un sistema de normas creadas por la Organización Internacional de Normalización (ISO por sus siglas en inglés), siendo la Norma ISO 9000 la primera donde se establecieron los términos y primeros referentes sobre los sistemas de gestión de la calidad para el sector empresarial. Los principios de gestión de la calidad están vinculados con aquella la empresa moderna que busque consolidarse, crecer y desarrollarse para tener éxito. Cuando se implanta la norma ISO 9001, para que sea útil el certificado, es necesario que estos principios sirvan para la mejora continua de la organización. (Cruz, 2019)

Indicador 1. Enfoque al cliente

El Enfoque al Cliente es una gran cualidad que comienza por un análisis profundo y permanente de sus preferencias y necesidades, requiere del abasto suficiente y oportuno de los mejores productos, de un centro de atención amable y ordenado y de la generación de

opciones de pago accesibles. Para ello, los sistemas de información son fundamentales. (González , 2020)

El enfoque al cliente consiste en alinear la cultura, procesos y estrategias de una empresa para conseguir y mantener la satisfacción de sus clientes. Esto implica ponerse en el lugar del cliente para entender cuáles son sus necesidades y deseos, y de esta forma, definir de qué forma se puede dar cumplimiento a sus requerimientos, ofrecerle una buena experiencia y superar sus expectativas, a fin de conseguir que quede más que contento con el producto, servicio y atención que le brindó la empresa.

Hoy en día, los clientes no buscan quién les ofrezca determinado producto o servicio, si no quién les ofrezca la mejor experiencia de compra y les brinde mayor valor, por lo tanto, una empresa que no tiene la capacidad de brindar un buen servicio o entregar un producto en tiempo, que no cumple sus promesas o que no brinda una atención oportuna, sin duda va a perder clientes y difícilmente podrá recuperarlos, ya que estos buscarán otra empresa que sí cumpla con sus expectativas. (Babadita , 2019)

Indicador 2. Liderazgo

Podemos definir el concepto de liderazgo como aquella capacidad que tiene una persona para influir, organizar y motivar a otras personas. Estas acciones las llevará a cabo para involucrar a otros individuos (como podrían ser los trabajadores de una empresa) y así conseguir unos determinados objetivos en común. (Aldana, 2019)

La definición más genérica de liderazgo lo definiría como un conjunto de habilidades directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser o actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos. (Griful , 2020)

Indicador 3. Participación al personal

La participación de los empleados es el proceso de permitirles dar su opinión sobre las decisiones que afectan a su trabajo. Esto puede hacerse mediante reuniones de la empresa, comités, etc. Los empleados tienen más control sobre su trabajo cuando participan en la toma de decisiones. La participación de los empleados es la conexión que el equipo tiene con su trabajo y el entusiasmo que demuestra. Los empleados comprometidos con su trabajo se sienten empoderados para abordar las tareas, aportar nuevas ideas y entablar relaciones

sólidas con sus compañeros de equipo. Además, saben por qué su trabajo es importante y se sienten inspirados para asumir nuevos desafíos, incluso si eso significa que pueden fallar. (Camisón, Cruz, & González, 2020)

Según Casidy (2020), La participación de los empleados es la conexión que el equipo tiene con su trabajo y el entusiasmo que demuestra. Los empleados comprometidos con su trabajo se sienten empoderados para abordar las tareas, aportar nuevas ideas y entablar relaciones sólidas con sus compañeros de equipo. Además, saben por qué su trabajo es importante y se sienten inspirados para asumir nuevos desafíos, incluso si eso significa que pueden fallar.

Indicador 4. Mejora continua

La mejora continua de los procesos es una búsqueda constante e interminable para identificar oportunidades de corrección, ajustes y mejoras en los procesos de negocio, los productos y los servicios. La intención es encontrar siempre los puntos en los que el funcionamiento de la empresa tiene cuellos de botella, como fallos, errores humanos, retrasos, desperdicio de recursos, sobre los que se puede actuar. (González, 2020)

Mejora continua es un enfoque para la mejora de procesos operativos que se basa en la necesidad de revisar continuamente las operaciones de los problemas, la reducción de costos oportunidad, la racionalización, y otros factores que en conjunto permiten la optimización. A menudo asociada con metodologías de proceso, la actividad de mejora continua proporciona una visión continua, medición y retroalimentación sobre el rendimiento del proceso para impulsar la mejora en la ejecución de los procesos. (Pincay, 2020)

Dimensión 2. Procesos de calidad

El proceso de calidad de una empresa, es un conjunto de procedimientos que tienen como objetivo, optimizar la calidad de una empresa, de su producción y de los servicios que ofrece. Para que este proceso sea realmente eficiente, se deben crear políticas y normativas que garanticen el cumplimiento de cada uno de sus pasos. Por supuesto, cada una de ellas debe estar perfectamente delimitada y muy bien explicada. (Arenal, 2020)

Para calibrar o evaluar el proceso de calidad de una empresa es necesario considerar varios aspectos. En primer lugar, se requiere de un punto de partida en donde pueda plantearse cada uno de los fines reales que se desean obtener. En segundo lugar, es necesario tener a disposición un referente con el que se pueden comparar, medir y evaluar los resultados que se van obteniendo. Y, por último, hacer la evaluación tomando como base los datos de los resultados obtenidos. Finalmente, se podrá llegar a conclusiones que permitan encontrar oportunidades de mejora en la organización. (Camisón, Cruz, & González, 2020)

Indicador 1. Planeación

La planeación es la acción de elaborar estrategias que permitan alcanzar una meta ya establecida. Es una función de gestión primaria, la cual se basa en decidir de antemano que se debe hacer, cuando debe hacerse, como se debe hacer, y quién lo hará. En este proceso intelectual deben establecerse los objetivos, así como desarrollar diferentes maneras de acción, mediante los cuales se pueden alcanzar los objetivos trazados. Se lleva a cabo con el fin de llegar a una meta con éxito. (Cruz, 2019)

La planeación, planeamiento o planificación, es el proceso que consiste en visualizar objetivos e identificar los recursos y actividades necesarias para lograrlos. Es esencial en prácticamente cualquier ámbito de la administración: educativo, gubernamental, financiero, político, personal, social y especialmente, empresarial. (Moya, 2020)

Indicador 2. Organización

Las organizaciones son estructuras administrativas y sistemas administrativos creadas para lograr metas u objetivos con apoyo de los propios seres humanos, y/o con apoyo del talento humano o de otras características similares. Son entidades sociales que permiten la asociación de personas que interactúan entre sí para contribuir mediante sus experiencias y relaciones al logro de objetivos y metas determinadas. (Gutiérrez, 2019)

Una organización, es un grupo social compuesto por personas naturales, tareas y administraciones que forman una estructura sistemática de relaciones de interacción, tendientes a producir bienes, servicios o normativas para satisfacer las necesidades de una comunidad dentro de un entorno, y así poder lograr el propósito distintivo que es su misión. Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas; la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización

sólo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para lograr un objetivo común. (Griful , 2020)

Indicador 3. Dirección

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente, ya, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas. La dirección establece que es la indicación referida a la orientación o destino de un cuerpo en movimiento, es decir, una línea establecida entre dos puntos. Sin embargo, este concepto es mucho más amplio porque puede referirse a una serie de ámbitos que cambia su connotación. Quédate y conoce con nosotros qué es la dirección y algunas de las aplicaciones de este término tan extenso. (Acuña, 2021)

Indicador 4. Control

Control es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización. Usualmente implica una comparación entre un rendimiento esperado y un rendimiento observado, para verificar si se están cumpliendo los objetivos de forma eficiente y eficaz. El control permite tomar acciones correctivas cuando sea necesario. El control es una de las principales actividades administrativas de las organizaciones. El control se relaciona con la planeación, porque el control busca que el desempeño se ajuste a los planes. El proceso administrativo, desde el punto de vista tradicional, es un proceso circular que se retroalimenta. (Camisón, Cruz, & González, 2020)

El control ha sido definido bajo dos grandes perspectivas, una perspectiva limitada y una perspectiva amplia. Desde la perspectiva limitada, el control se concibe como la verificación a posteriori de los resultados conseguidos en el seguimiento de los objetivos planteados y el control de gastos invertido en el proceso realizado por los niveles directivos donde la estandarización en términos cuantitativos, forma parte central de la acción de control. (Carro, Paz & González, 2019)

Importancia

Según Novillo, Lopez, et al. (2020) se ha convertido en un tema muy importante para las empresas en los últimos años porque los consumidores interactúan constantemente con sus productos o servicios, que cambian constantemente y se esfuerzan por ofrecer un mejor valor. Como resultado, la calidad siempre se esfuerza por mantener a las empresas por delante de la competencia al proporcionar sus bienes o servicios a los clientes, quienes se esfuerzan constantemente por satisfacer sus necesidades.

Ciclo de Deming

Para Deming (citado por Armendáriz, 2019) afirma que, la gestión de la calidad se logra a través de un ciclo de resolución de problemas y mejora, a veces conocido como ciclo continuo de mejora. Este ciclo, que también se conoce como el ciclo de Deming, tiene cuatro fases:

Planear

La primera etapa previene futuros errores o fallas al establecer las actividades necesarias y crear una importante ventaja de tiempo. El proceso de planificación se relaciona con la visión y misión del negocio al establecer sus metas y objetivos para lograr resultados favorables. De la misma manera, la planificación ayuda a optimizar las actividades comerciales, los proyectos y las tareas, al mismo tiempo que ayuda en el diseño de productos y funciones previsibles. (Armendáriz, 2019)

Hacer

Tras la finalización de la primera fase de planificación, todos los participantes en el proyecto finalizado se ven en esta fase para que puedan ser evaluados posteriormente. Utilizar una prueba piloto para implementar cambios. Es el momento en que se pone en marcha la estrategia a la que se llegó gracias a la planificación; sin embargo, no quiere decir que resultará bien desde la primera iteración. Por lo tanto, es importante llevarla a cabo con paciencia, paso a paso y en una escala pequeña, para no arriesgar todos los procesos de una empresa. Es decir, es vista como una etapa de prueba, en la que hay que dar un seguimiento muy cercano para comprobar que las acciones que se planearon se llevan a cabo y cuáles son sus consecuencias. (Armendáriz, 2019)

Verificar

Se comparan los resultados obtenidos con los objetivos planteados, se detectan posibles fallos y los causantes de desviación. Una vez que se termina de implementar la estrategia, es momento de verificar si se alcanzaron los objetivos que se establecieron en el plan. Esta comparación permitirá ver con claridad en dónde hubo aciertos y en dónde hubo fallas; así que hay una gran oportunidad de aprender en qué punto se deben hacer ajustes o cambios. Por eso recomendamos que el análisis sea tan objetivo como sea posible: se trata de encontrar maneras de pulir el plan para que, cuando sea momento de ponerlo en marcha, sea exitoso. (Armendáriz, 2019)

Actuar

Se toman acciones para eliminar desviaciones, proporcionar resultados satisfactorios y eliminar resultados muy negativos. Una vez que se completa el ciclo, se desarrolla un nuevo plan basado en los resultados, estableciendo un ciclo continuo de mejora. Gracias a la verificación se hacen ajustes en el plan: reemplazar, modificar, afinar. A veces serán pequeños cambios, en otras serán más dramáticos. Lo que ocurre aquí es que ya tuviste oportunidad de poner a prueba la estrategia (en la fase de hacer) a pequeña escala. Ahora, con las adecuaciones que detectaste en ella, ya tienes un plan más sólido, menos propenso a errores y con un nivel de confianza más alto. (Armendáriz, 2019)

Variable 1: Atención al cliente

Según Palomino (2019) menciona que, es el conjunto de actividades desarrolladas por organizaciones con orientación al mercado, un enfoque en la buena comunicación y la identificación de las necesidades del cliente para satisfacer esas necesidades, cumpliendo así con las expectativas del cliente y, como resultado, aumentando o creando la satisfacción del cliente.

Según Blanco (2019) define que, es una colección de iniciativas desarrolladas por organizaciones enfocadas en el mercado con el objetivo de satisfacer a los clientes. Estas iniciativas utilizan la empatía y la comunicación adecuada para cumplir con las expectativas de los clientes, aumentando o generando así la satisfacción del cliente.

Hoy en día, la clave para brindar un excelente servicio al cliente está en darse cuenta de que el éxito no está determinado solo por el producto, o al menos no solo por el producto,

sino también por el servicio que trae consigo. Si nuestro servicio falla cuando más importa y no podemos desplegarlo en el momento adecuado, la calidad bajará y decenas de trabajadores esperando a que lleguen nuestros camiones podrían acabar costándole a la constructora miles de euros. A corto o muy corto plazo, esto nos impedirá producir el mejor hormigón del mercado. (Mora, 2019).

Dimensiones de atención al cliente

Dimensión 1. Comunicación asertiva

Según Gutiérrez, (2020) Otra definición de asertividad extiende el término en la dimensión de ser una habilidad que permite reafirmar derechos “es la habilidad de expresar tus pensamientos, sentimientos, y percepciones, de elegir cómo reaccionar y de hablar por tus derechos cuando es apropiado. El protagonismo en una comunicación asertiva lo posee el sujeto, sus actitudes, su conducta asertiva, que matizan el contenido. Si bien la definición considera al sujeto, hay que reconocer que el medio social es un factor condicionante para la aparición de conductas. El ambiente por factores de cultura, normativas puede favorecer o limitar que las habilidades descritas puedan demostrarse.

Mata, (2021) la comunicación asertiva como una herramienta que permite optimizar las relaciones humanas. En esta línea, los expertos en comunicación consideran que el asertividad depende en gran medida de la inteligencia emocional de cada individuo.

Indicador 1. Comunicación oportuna

La comunicación oportuna es un factor clave para generar confianza y respeto entre las personas. Cuando alguien se comunica constantemente de manera oportuna, demuestra su compromiso con la transparencia y el profesionalismo. Por otro lado, la comunicación retrasada o inconsistente puede generar frustración, erosionar la confianza y tensar las relaciones. Al responder con prontitud a las consultas, compartir actualizaciones y notificar de manera oportuna, las personas pueden cultivar un ambiente de confianza y respeto. (Lopez, 2020)

La comunicación oportuna está directamente relacionada con una mayor productividad y eficiencia. Cuando las personas están bien informadas y reciben actualizaciones oportunas, pueden tomar decisiones informadas, priorizar tareas de manera efectiva y asignar recursos de manera eficiente. Esto no sólo ahorra un tiempo valioso, sino

que también optimiza los resultados. Por otro lado, una comunicación retrasada o inadecuada puede generar oportunidades perdidas, esfuerzos duplicados y demoras innecesarias. Al adoptar una comunicación oportuna, las personas pueden optimizar los procesos, maximizar la productividad y lograr mejores resultados. (Zapata, 2021)

Indicador 2. Reconocimiento de necesidades

El reconocimiento es fundamental en la gestión de un liderazgo positivo, es una forma muy sencilla de agradecer a nuestros colaboradores por el trabajo diario o engrandecer alguna acción concreta. Sin embargo, en muchas ocasiones, confundimos reconocimiento con ceremonias en las que se entregan diplomas o medallas, se dan discursos de agradecimiento y se expone públicamente al individuo. (Debitoor.es, 2020)

El consumidor reconoce tener un problema o una necesidad, sintiendo una discrepancia entre su estado actual y el estado deseado. Por ejemplo, un consumidor que necesita comprar pan como un alimento diario de uso cotidiano. Se trata de una necesidad de primer orden. (Palomo, 2020)

Indicador 3. Habilidad comunicativa

Las Habilidades o Competencias Comunicativas se entienden como un conjunto de procesos lingüísticos que se desarrollan durante la vida, con el fin de participar con eficiencia y destreza, en todas las esferas de la comunicación y la sociedad humana. Hablar, escuchar, leer y escribir son las habilidades del lenguaje. A partir de ellas, nos desenvolvemos en la cultura y la sociedad, y a través de su desarrollo, nos volvemos competentes comunicativamente. (Lopez, 2020)

Las habilidades comunicativas de una persona se van desarrollando a lo largo de su vida. Los primeros años son sin duda los más importantes y donde más progreso existe, pero no por eso es una fase más importante que las siguientes. Aun así, hay que destacar que es imprescindible llevar a cabo una buena educación comunicativa en las edades tempranas. Si el proceso no se hace correctamente, el niño puede sufrir dificultades en las etapas posteriores. (Palomo, 2020)

Dimensión 2. Atención personalizada

Para Kojima, (2021) La atención personalizada es brindar un trato amable puede ser motivo suficiente para que un consumidor nos elija antes que, a la competencia, mientras que un trato tosco o indiferente puede ser motivo suficiente para que se desanime en comprarnos o para que deje de hacerlo por más años que tenga siendo nuestro cliente. Por tanto, para captar y retener clientes hoy en día es fundamental satisfacer la necesidad de los consumidores por un servicio al cliente enfocado en el buen trato humano; y una de las mejores formas de satisfacer dicha necesidad es brindando una atención personalizada.

Peralta, (2020) La atención personalizada al cliente es uno de los factores claves en estos tiempos en el que el mercado se mueve aceleradamente. Para nadie es un secreto que actualmente los consumidores están sometidos (sin querer) a una saturación de información, publicidad, contenido y demás actividades que les impulsa a relacionarse con empresas y productos a diario, por lo que es muy complicado lograr ser diferente ante tanta competencia.

Indicador 1. Trato amable

El servicio al cliente son todas las acciones y esfuerzos orientados a generar una excelente experiencia para los consumidores de manera dinámica y proactiva. No concierne solo a un área de la compañía, sino que cada proceso debe estar enfocado en la satisfacción de las necesidades del cliente. El principal beneficio de un buen servicio al cliente es, naturalmente, para el consumidor, quien se sentirá satisfecho por tu atención y sentirá que su tiempo y dinero habrán sido invertidos correctamente. Pero dar un buen servicio al cliente también conllevará algunas ventajas para tu empresa. (Mateos de Pablo , 2019)

Indicador 2. Seguimiento al cliente

El seguimiento y fidelización de clientes es un aspecto importante para el desarrollo de cualquier negocio. A veces, con una cartera acotada de clientes fijos, una empresa puede hacer previsiones de liquidez con mucha más seguridad que con una gran cartera de clientes ocasionales. Esa es una de las razones por las que es importante desarrollar de forma correcta el seguimiento de clientes. Pero no es la única, por lo que, si quieres descubrir las otras, en el artículo de hoy, te vamos a explicar el seguimiento de clientes y te contaremos cómo hacerlo. Al finalizar, estarás preparado para explicarle a tus socios por qué necesitan implementar un programa de seguimiento de clientes. (Renata , 2020)

Indicador 3. Gustos y preferencias

Los gustos o preferencias de cada consumidor son un factor totalmente subjetivo que afecta a su consumo. En el mundo no hay dos personas iguales, y lo que para una persona puede ser importante a la hora de tomar la decisión de consumir, para otra persona puede no significar nada. Las preferencias en si son diversas ya que en ello influye la edad, el sexo, la cultura y demás factores, es por ello que la diversidad de productos en el mercado es representativa. (Calderón , 2021)

Las preferencias del consumidor son los gustos individuales que cada consumidor tiene a la hora de seleccionar un producto, servicio o marca. Estas preferencias están influenciadas por factores como la calidad percibida, el precio, la conveniencia, la marca, la reputación, o la innovación. (Cruz, 2019)

Dimensión 3. Manejo de quejas

Moreno (2020) Conformado y capacitado el equipo de trabajo, como se explica anteriormente, se procede a la aplicación parcial del procedimiento, tomándose un período mínimo de seis meses. Las quejas recibidas por el relacionista público, ya sea por: el cliente personalmente, capitán de salón, chef y personal de contacto, fueron registradas en el modelo elaborado para el registro de las quejas, asignándoles un código único a éstas.

Codina (2020) Saber escuchar es, al menos, la mitad de lo requerido para establecer comunicaciones exitosas. Significa aplicar lo que se denomina Escucha Activa. Esta consiste supone poner en juego distintos comportamientos dirigidos a interpretar correctamente el mensaje del interlocutor. Al mismo tiempo, saber escuchar implica una actitud. Una orientación positiva para querer entender qué nos dicen los demás, al tiempo que les transmitimos respeto e interés.

Indicador 1: Protocolo de manejo quejas y reclamos

El concepto de gestión de reclamaciones (o su conocido equivalente inglés complaint management) describe cuál es la reacción de una empresa ante las quejas de sus clientes. Las críticas deben ser evaluadas de forma sistemática y ordenadas para luego aprovecharlas constructivamente. El motivo de la queja debe ser corregido de cara al cliente. El objetivo de la gestión de las reclamaciones es reforzar la relación con el cliente y garantizar la calidad del producto o servicio. (Acuña, 2021)

En la gestión de reclamaciones se trata, en definitiva, de reaccionar organizadamente a las críticas: hay que desarrollar estrategias sobre adónde llegan las reclamaciones, cómo se digiere el feedback recibido y a qué departamento o persona debe ser redireccionado. También la asignación de responsabilidades es parte de la gestión de quejas. Un feedback negativo solo puede tener efectos positivos si está claro quién debe reaccionar ante qué caso. (Blanco, 2019)

Indicador 2: Solución inmediata

La resolución de problemas es el proceso mediante el cual encuentras una solución para un problema o conflicto específico. Existen muchas soluciones posibles para resolver un problema, por lo que es importante aplicar un proceso de resolución de problemas que nos lleve a encontrar la mejor solución. Podrías usar un destornillador de punta plana para destornillar un tornillo de cabeza Phillips, pero hay una herramienta mejor para esa situación. El uso de técnicas comunes de resolución de problemas te ayudará a encontrar la solución que mejor se adapte a las necesidades de la situación específica, lo que es similar a utilizar las herramientas adecuadas para un trabajo. (Arenal, 2020)

Indicador 3: Disculparse con los clientes

Si por alguna razón te estás retrasando con una entrega, lo mejor es escribirle al cliente una carta para informarme de la situación y sepa que ya estás dando una solución inmediata. Si cuentas con una tasa de entregas destacable, no dudes en mencionarlo para que tenga en cuenta que esta situación no es algo usual en tu empresa. (Babadita , 2019)

¿Quién es el cliente?

La persona, empresa u organización que compra un bien, un servicio o ambos para satisfacer sus necesidades a cambio de un pago se denomina cliente. El cliente, entonces, es esa figura vital para las empresas porque es a través de él que se realizan todas las actividades empresariales. Esto se debe a que los clientes son quienes comprarán y utilizarán los bienes y/o servicios que ofrecen las empresas de acuerdo con sus necesidades y deseos. (Arenal, 2020)

A continuación, se presenta el papel que cada persona juega en un proceso de compra: el decisor: Persona que toma la decisión final sobre la compra; el ejecutor persona que realiza los trámites de compra; el influyente: Persona que aconseja sobre la compra. Por último, el usuario persona que utiliza el producto objeto del proceso de compra (Carvajal y Silva , 2020).

Tipos de clientes

Clientes destinatarios: Son aquellos que no han hecho contacto y no están interesados, pero son aquellos a quienes hemos dirigido los productos o servicios que brindamos; no son necesariamente quienes los comprarán. (García, García, & Gil, 2020)

Clientes potenciales: Son aquellos a los que aún no se les ha vendido ni prestado ningún servicio, pero que aún se consideran como clientes y compradores potenciales. Alguien que solo ha expresado interés en un producto o servicio en particular (Lopez, 2020).

Clientes ocasionales: Aquellos que hayan tenido una relación anteriormente y hayan realizado compras o pedidos de servicios de manera no reiterada. Podríamos enumerar aquí los clientes que ocasionalmente realizan compras o aquellos que se han puesto en contacto con nosotros por primera vez (Salvador, 2020)

Clientes habituales: aquellos que rutinariamente compran algo o solicitan un servicio. Son los clientes que mantienen activa la actividad económica (Huancas , 2019)

Características de un servicio

Según Blanco (2019) sugiere que, al desarrollar una estrategia de marketing, los servicios tienen características únicas y también son productos (es decir, intangibles). Intangibilidad del servicio. Esta característica demuestra que los servicios no se pueden experimentar en los cinco sentidos antes de la compra; por lo tanto, la tarea de la empresa que presta estos servicios es hacerlos tangibles y brindar altos estándares de calidad.

Inseparabilidad del servicio. Hace referencia a que no puede existir independientemente de sus proveedores, que pueden ser tanto personas como máquinas. Aquí es donde ocurre la interacción proveedor-cliente, cuando la participación del proveedor y del cliente influye en el resultado para producir un servicio adecuado. (Blanco, 2019)

Variabilidad del servicio. Aquí se hace mención de quien facilita, como, cuando, donde y como lo hace para ofrecer un servicio de calidad. (Arenal, 2020)

Caducidad del servicio. El autor agrega que si bien la caducidad de un servicio no es un problema cuando hay una demanda constante, sí genera problemas cuando no es posible almacenar un servicio para una fecha posterior. (Renata , 2020)

Importancia del servicio al cliente

Según Torres (2023) menciona que el servicio al cliente de calidad no es un concepto nuevo para las empresas porque los clientes han exigido durante mucho tiempo la mejor familiaridad y atención al comprar bienes o servicios, seguido de confiabilidad, calidad, precios razonables e innovación continua de las propias empresas. Como resultado, todas las empresas se han dado cuenta de que deben explorar una amplia gama de opciones para satisfacer estas demandas.

Calidad de Servicio

El grado en que un conjunto de características insatisfactorias satisface los requisitos (es decir, las necesidades o expectativas establecidas) se denomina calidad. A lo largo de los años, el concepto de calidad ha evolucionado desde un simple control o inspección (el rechazo de productos defectuosos) hasta convertirse en uno de los principales pilares de la estrategia general de una organización para satisfacer las expectativas del cliente (Álvarez & García, 2021)

Una de las formas clave para que una empresa se destaque es ofreciendo constantemente servicios de alta calidad. Esto le dará a la empresa una ventaja competitiva significativa y mejorará la productividad y la utilización de recursos de la organización. Muchas empresas han tratado de garantizar que sus clientes reciban servicios de alta calidad de manera constante, pero lamentablemente, la calidad de los servicios es más difícil de definir y juzgar que la calidad de los productos. Dado que este miembro del equipo estará en contacto directo con los clientes, es fundamental que identifique expectativas, defina necesidades y las comunique claramente a los clientes (Mora, 2019).

El grado en que un conjunto de características innatas satisface los requisitos (es decir, necesidades o expectativas establecidas) se conoce como calidad. Los requisitos deben cumplir con las expectativas del cliente (Cruz, 2019).

Es el conjunto de cualidades que posee un bien o servicio y que pueden satisfacer las necesidades del cliente cuando se obtienen a través de un sistema productivo. La calidad se define como el producto que cumple con las especificaciones para las que fue diseñado, las cuales deben coincidir con los requisitos expresados por el cliente (Torres , 2023)

Amabilidad

Debido a que la amistad es crucial, debemos ser amigables con todos, sin importar cuán caros o sin educación puedan ser. Se necesita mucha paciencia para apoyar a las personas con todo tipo de comportamientos. Habrá clientes exigentes, envidiosos, apáticos o groseramente groseros e impertinentes. Con todos ellos debemos mantener nuestra posición sin perder la compostura, los buenos modales o los nervios (Aldana, 2019)

En general, es mejor saludar a los clientes apenas ingresan a la tienda, preferiblemente con una sonrisa y su nombre si es un cliente habitual. A continuación, pregúnteles cómo puede ayudarlos y hágalo con cortesía y prontitud, teniendo cuidado de mantener el contacto visual y el nivel adecuado de entropía durante todo el proceso. Finalmente, agradézcales por su negocio y váyase después de despedirse. Esto aumentaría la confianza del cliente y le daría una impresión favorable del negocio (Blanco, 2019).

Actitud

Las normas de conducta directamente de una empresa dictarán cómo se comportan con sus clientes. Esto es hacerlo uno mismo en lugar de simplemente decirles lo que deben hacer. La actitud del cliente hacia la calidad del servicio cambia a medida que adquiere una mejor comprensión del producto y mejora su calidad de vida. Al principio, la gente tiende a estar satisfecha con el producto básico porque es más barato y carece de servicios. (Griful , 2020)

Tipos de actitud

Proactiva: Excepcionalmente motivada para lograr tanto las metas del centro como las suyas propias. capaz de orientar todas sus actividades en esa dirección y contagiar su entusiasmo a sus compañeros. Aplicar estrategias a la solución de un problema siempre que se encuentre con uno.

Colaboradora: Siempre dispuesto a ofrecer asistencia en el logro de los objetivos, muy motivado y dispuesto a ayudar en la primera oportunidad. A pesar de tener mucha capacidad de trabajo e ilusión, prefiere quedarse en el segundo puesto.

Reactiva: Persona que hace el trabajo lo mejor que puede, pero espera que le den instrucciones precisas. Poca iniciativa y cuya máxima aspiración es ser útil y limitarse a cumplir sus compromisos.

Capacidad de respuesta

La clave para asegurarse de que los clientes actuales no se conviertan en los anteriores es responder a sus acciones de una manera que los mantenga contentos. El incumplimiento de los plazos o las respuestas evasivas a las consultas pueden aumentar la insatisfacción de los clientes con las ofertas de una empresa y llevarlos a buscar las de la competencia. Cuando se prioriza la capacidad de respuesta del cliente, aumenta la oportunidad de atender a esos clientes, mientras que disminuyen los problemas y consultas relacionados con el servicio. (Álvarez & García, 2021)

Micro y pequeñas empresas.

Según SUNAT (2020) menciona que, la Ley 28015 (2019) el término micro y pequeña empresa se refiere a una entidad económica que está integrada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de gobierno corporativo que cumpla con la ley vigente, y que se dedica a la extracción, transformación, producción, comercialización, o suministro de bienes o servicios.

Según Mares (2019) define que, la importancia de las MYPES es alta porque aportan el 40% del PBI, contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico, y generan empleo en el proceso. Según un estudio, el 80% de la población activa está empleada, lo que

ayuda a reducir la pobreza y promueve la estabilidad económica. Las MYPES son unidades sumamente significativas porque aportan el 40% de PBI y generan empleo a la vez que contribuyen al ingreso nacional y al desarrollo económico. Según un estudio, el 80% de la población activa está empleada, lo que ayuda a reducir la pobreza y promover la estabilidad económica.

Importancia de la Micro y Pequeñas Empresas

Cabello (2019) afirma que las mypes son importantes por lo siguiente: (a) Son fuentes generadoras de empleo. (b) Resuelven problemas de la sociedad, toda vez que da oportunidad a que las personas sin trabajo y de escasos recursos económicos puedan generar su propio trabajo, contribuyendo con la producción del país.

Marco conceptual

Calidad: es un conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas que son necesarias para proporcionar una relativa confianza; la cual va poseer un producto o servicio obtenido en un sistema de producción, ya que dependerá mucho que las empresas se desempeñan mayormente en el diseño y la medición del grado, obteniendo productos y servicios de buena calidad para satisfacer las necesidades del cliente (Cortés, 2020).

Micro y pequeñas empresa: Se establece que las microempresas son consideradas de pequeña escala, ya sea por sus empleados o por el público en general. Como resultado, proporcionan bienes o servicios al público en general para satisfacer las necesidades de sus clientes. (Tello, 2020)

Empresa: Conjunto de personas que comparten sus metas o objetivos con el fin de obtener beneficios, de igual manera es una unidad productiva agrupada y dedicada en desarrollar una actividad económica con fines de lucro, en general esta conformado por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, con la finalidad de satisfacer las necesidades (Debitoor.es, 2020).

Calidad: Proceso donde la calidad y el control trabajan juntos para lograr resultados para la satisfacción del cliente, ser más competitivos en el mercado y poder confiar en ellos. Por ello, es necesario propiciar un ambiente propicio para el proceso de adquisición del bien o servicio ofertado (Carro y González, 2019).

Plan de mejora: Una estrategia de mejora es una colección de medidas de cambio implementadas dentro de una organización con el objetivo de mejorar el desempeño y lograr resultados. De esta forma, una estrategia de mejora se centra tanto en los problemas persistentes como en los esporádicos.

2.3 Hipótesis

Dieterich (2021) menciona que en la investigación, las hipótesis son respuestas a las preguntas de investigación para guiar adecuadamente el trabajo en curso y también están relacionadas con las variables de investigación, pero en algunos casos, como la investigación descriptiva o cualitativa, a menudo están ausentes, porque esta parte no trata de relaciones causales, sino que busca comprender y precisar las condiciones, costumbres, características, creencias, actitudes más importantes de una población, grupo de personas.

La presente investigación: Propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo Campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023, debido a que fue una investigación meramente descriptiva, de propuesta.

III. METODOLOGÍA

3.1 Nivel, Tipo y Diseño de Investigación

Tipo de investigación

La investigación fue tipo cuantitativo. Según Landeau (2020) afirma que la investigación cuantitativa pretende establecer el grado de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados por medio de una muestra permite realizar inferencias causales a una población que explican por qué sucede o no determinado hecho o fenómeno.

Fue de tipo cuantitativo porque el estudio de investigación: Propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023, se utilizó instrumentos de medición y evaluación.

Nivel de investigación

La investigación fue de nivel descriptivo de propuesta

El nivel de investigación fue de nivel descriptivo. Según Cazau (2021) señala que la investigación descriptiva o método descriptivo de investigación es el procedimiento usado en ciencia para descubrir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar. A contrario que el método analítico, no describe un fenómeno, sino que se limita observar lo que ocurre sin buscar una explicación.

Fue de nivel descriptivo porque en el estudio de investigación, solo se describió las características primordiales de las variables Gestión de calidad y Atención al cliente en el estudio.

De propuesta

Guevara, Verdesoto, & Castro (2020) indicaron que una propuesta de investigación es un documento que propone un proyecto de investigación sobre un tema determinado, se describió cuál fue el proceso de principio a fin. Presenta las preguntas o problemas centrales que debe abordar tu propuesta. La investigación fue de propuesta debido a que se realizó un plan de mejora a los resultados que se obtuvieron de la investigación.

Diseño de investigación

No experimental

La investigación fue no experimental. Según García (2020) menciona que los investigadores no sustituyen deliberadamente las variables independientes. Los hechos se notan porque aparecen en texto en tiempo real en momentos específicos. Por lo tanto, el primer paso utiliza el diseño de sección no experimental que luego se mide y examina.

Fue no experimental porque en la investigación, no existió manipulación de las variables gestión de calidad y atención a clientes, únicamente se observó de acuerdo a su realidad, sin intervenciones o manipulaciones.

Transversal

El diseño de la investigación fue transversal porque según lo manifestado por Monroy y Sánchez (2020) quienes indican que un estudio es de diseño transversal por que se recopila datos rápidamente. El objetivo es describir las variables y analizar su ocurrencia en un momento dado (p. 102).

Fue transversal porque el estudio de investigación, se desarrolló en un lapso de un tiempo establecido, existiendo un inicio y un fin específicamente en el año 2023.

3.2 Población y Muestra

Población

Según Fresno (2019) una población es esencialmente una colección de entidades limitadas o ilimitadas (personas, cosas, negocios, etc.) que tienen características similares. El número de componentes determina la población, que es un factor clave en el proceso de investigación. dependiendo de este número. La población puede ser finita o infinita (p.105).

Población: La población estuvo conformada por los clientes de la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Muestra

Para Fresno (2019) manifiesta que, la muestra es un método que no se basa en fórmulas matemáticas o teóricas; más bien, depende del proceso de toma de decisiones del investigador o grupo de estudio y está sujeto a ciertos criterios de investigación. La metodología de estudio y las aportaciones realizadas determinarán si los signos son bastante probables.

Muestra: En la investigación se trabajó con 90 clientes por conveniencia de la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa del distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

3.3 Variables. Definición y Operacionalización

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valoración	
ATENCIÓN AL CLIENTE	Según Blanco (2020) es lograr su satisfacción y consiguientemente obtener la fidelidad de los clientes. El cliente se mostrará satisfecho a través de una atención personalizada cuando perciba que esta es igual o superior a lo que esperaba recibir y la base principal de la atención al cliente es la comunicación asertiva, eficaz y empática que cree vínculos con el cliente y saber escuchar es la clave para desarrollar una atención eficiente.	Comunicación asertiva	Comunicación oportuna	Likert	Nunca (1) Casi nunca (2) Algunas veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	
			Reconocimiento de necesidades			
			Habilidad comunicativa			
		Atención personalizada	Trato amable			
			Seguimiento al cliente			
			Gustos y preferencias			
		Manejo de quejas				Protocolo de manejo quejas y reclamos
						Solución inmediata
						Disculparse con los clientes

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valoración
GESTIÓN DE CALIDAD	Rodríguez (2023) afirma que, el compromiso en el lugar de trabajo juega un papel crucial en el crecimiento de su empresa o negocio porque es esencial para lograr los objetivos organizacionales. Es poco probable que el futuro de un trabajador en la empresa sea exitoso si no está comprometido con el desempeño de sus funciones, por lo que es crucial investigar a fondo este asunto.	Principios de la calidad	Enfoque al cliente	Likert	Nunca (1) Casi nunca (2) Algunas veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
			Liderazgo		
			Participación al personal		
			Mejora continua		
		Procesos de calidad	Planeación		
			Organización		
			Dirección		
Control					

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Según Cea (2020) indica que la encuesta puede definirse como la aplicación de un procedimiento estandarizado para recabar información (oral o escrita) de una muestra amplia de sujetos. La muestra ha de ser representativa de la población de interés, y la información se limita a la delineada por las preguntas que componen en cuestionario precodificado, diseñado al efecto. La técnica que se utilizó, para recolectar información fue las encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interpersonales interesan al investigador.

Instrumento

Según Cea (2020) señala que cuando se selecciona el cuestionario como técnica de recolección de datos de la investigación, el instrumento básico para la recogida de información lo constituye el cuestionario estandarizado, el cual consiste en un listado de preguntas estandarizados (leídas literalmente y siguiendo el mismo orden con cada encuestado. Para la presente investigación, se realizó un cuestionario que tuvo de 17 preguntas; de los cuales, 9 preguntas estructuradas con referencia a la variable de gestión de calidad y las 8 preguntas restantes fueron con referencia a la variable atención al cliente. La escala de medición será de Likert, asimismo el cuestionario paso por el proceso de validación de 3 expertos magister o doctores, en administración, que validaron el instrumento para luego procederlo la encuesta del mismo modo el cuestionario paso por el coeficiente de alta de alfa de Cronbach que permitió verificar la confiabilidad del instrumento para determinar si es fiable su aplicación. (Anexo 2)

3.5 Método de análisis de datos

Según Rovetto (2020) afirma que, todo proceso de investigación científica debe comenzar como un proyecto de investigación y proceder de manera sistemática, aunque no necesariamente secuencial. El análisis de datos permite que los sistemas y las organizaciones operen utilizando análisis automatizados en tiempo real, lo que garantiza resultados inmediatos y significativos.

Para el presente trabajo de investigación se realizó una recopilación de información que se obtendrá a través de un instrumento que es un cuestionario y que fue aplicadas a los trabajadores de la empresa Villa Santa Rosa, se realizó la tabulación y las figuras en barras para ello se usó el programa Microsoft Office; Word, Excel, PowerPoint, y Turnitin (para verificar la similitud con otras investigaciones). Finalmente se pudo realizar el análisis con los resultados que se han recopilado.

3.6 Aspectos Éticos

En el desarrollo de proyecto de investigación, se aplicó los principios éticos que orientan la investigación Uladech Católica (2023), anexada en el Reglamento de Integridad Científica en la Investigación, bajo la Resolución N° 0304-2023-CU-ULADECH Católica.

Respeto y protección de los derechos

Se protegió a las personas partícipes en la investigación respetando su privacidad, no se colocaron datos personales como números telefónicos y dirección en el consentimiento informado y cuestionario. Así mismo, no se tomó fotografías porque no otorgaron la autorización respectiva, además se comunicó a cada participante que los datos proporcionados solo tendrían fines investigativos.

Cuidado del medio ambiente

Este principio se aplicó con la finalidad de no causar daños al medio ambiente, la investigación que se desarrolló no afectó al entorno, ya que como forma de contribución al medio ambiente, preservación de la naturaleza, se utilizó la energía eléctrica moderadamente, se evitó que la laptop de uso para el trabajo de investigación quede cargando por largas horas, al momento de imprimir los materiales relacionado al trabajo de investigación como fueron los consentimientos informados y la carta de presentación se utilizó papel reciclado, con la finalidad de no contaminar más la población y así mejora la calidad de aire.

Libre participación por propia voluntad

Se aplicó el cuestionario después de dar a conocer el propósito de la investigación, contemplado en el consentimiento informado. Además de la petición de participación hacia el representante, lectura del documento, su aceptación y firma en dicho consentimiento.

También se aclararon las dudas de los participantes y recalcándole en todo momento que su participación sería de forma voluntaria, informada, libre y consentida, sin ningún tipo de presiones.

Beneficencia y no maleficencia

Beneficencia: en la presente investigación por su naturaleza no represento riesgo alguno ni para los participantes de la investigación ni para el investigador; ya que, toda información recopilada fue dada a los participantes para su correcta información. Durante el recojo de información se informó de ello a los integrantes de la muestra.

No maleficencia: en todo momento se buscó maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes se informó con claridad, el propósito y el fin de la investigación, con el único fin de buscar su aprobación, evitando siempre que la pequeña empresa salga perjudicada de alguna forma.

Integridad y honestidad

La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Justicia

Se brindó un trato igualitario a todos los encuestados, se respetó la opinión de cada uno de los participantes, se mostró empatía entre todos los que fueron partícipes del cuestionario presentado; así mismo, se informó a los participantes la razón de la aplicación del documento.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

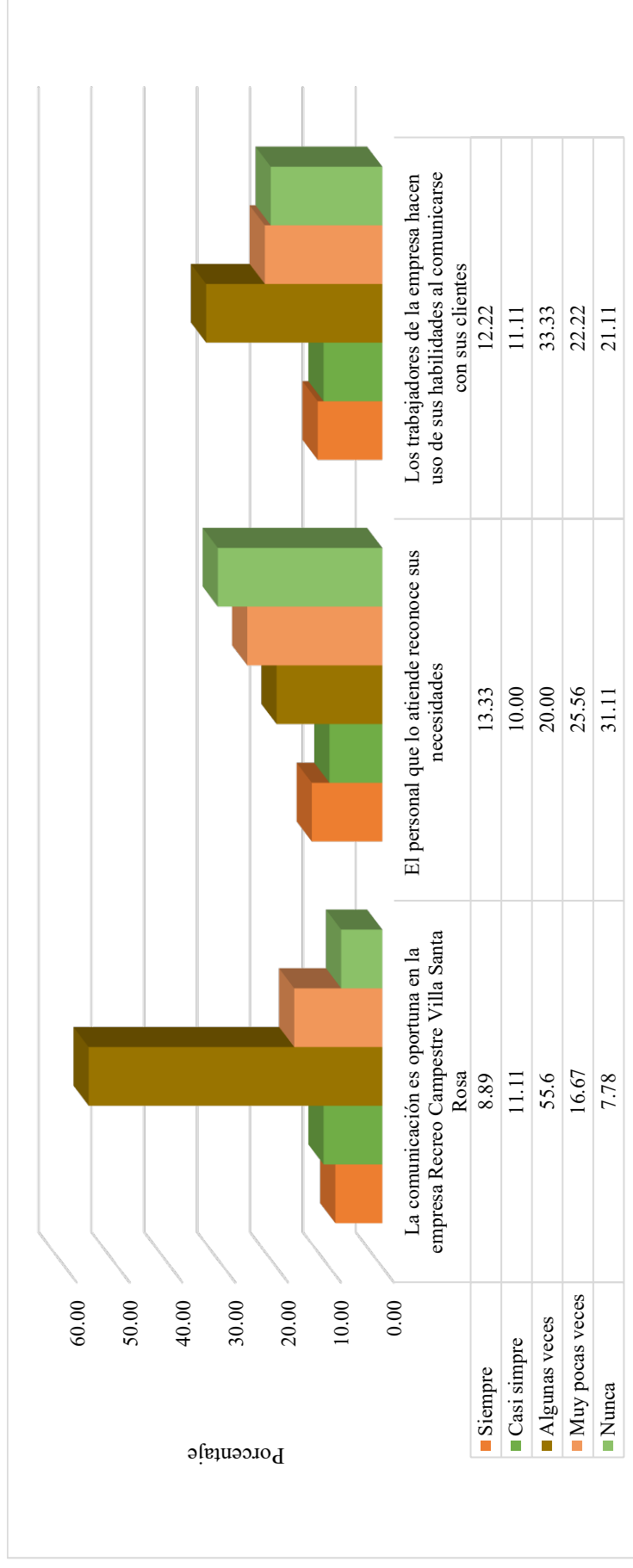
Características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Características de comunicación asertiva	n	%
Es oportuna la comunicación en la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa		
Siempre	8	8.89
Casi siempre	10	11.11
Algunas veces	50	55.56
Muy pocas veces	15	16.67
Nunca	7	7.78
Total	90	100.00
El personal reconoce sus necesidades		
Siempre	12	13.33
Casi siempre	9	10.00
Algunas veces	18	20.00
Muy pocas veces	23	25.56
Nunca	28	31.11
Total	90	100.00
Los trabajadores de la empresa hacen uso de sus habilidades		
Siempre	11	12.22
Casi siempre	10	11.11
Algunas veces	30	33.33
Muy pocas veces	20	22.22
Nunca	19	21.11
Total	90	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Figura 1

Características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023



Nota. La figura muestra las cifras de las características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Tabla 2

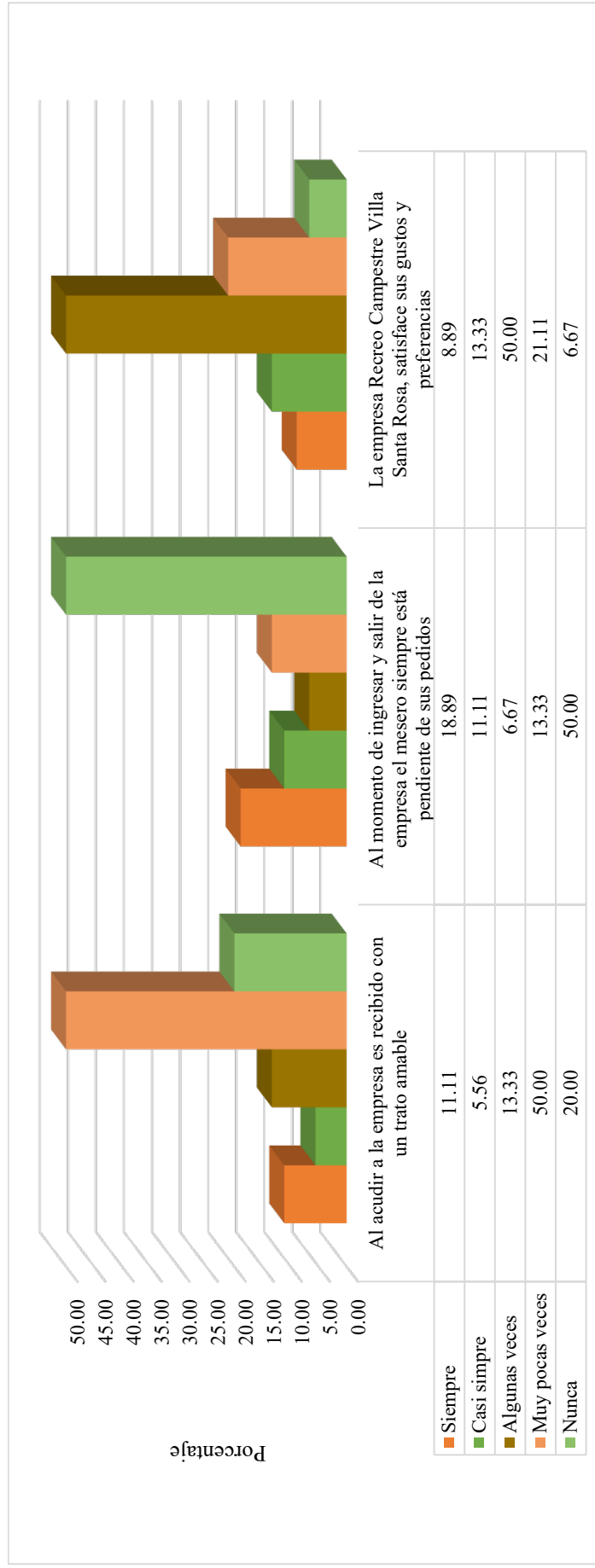
Características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Características de atención personalizada	n	%
Al acudir a la empresa le recibido con un trato amable		
Siempre	10	11.11
Casi siempre	5	5.56
Algunas veces	12	13.33
Muy pocas veces	45	50.00
Nunca	18	20.00
Total	90	100.00
Al momento de ingresar y salir a la empresa el mesero siempre esta pendiente de sus pedidos		
Siempre	17	18.89
Casi siempre	10	11.11
Algunas veces	6	6.67
Muy pocas veces	12	13.33
Nunca	45	50.00
Total	90	100.00
La empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa, satisface sus gustos y preferencias		
Siempre	8	8.89
Casi siempre	12	13.33
Algunas veces	45	50.00
Muy pocas veces	19	21.11
Nunca	6	6.67
Total	90	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Figura 2

Características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023



Nota. La figura muestra las cifras de las características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Tabla 3

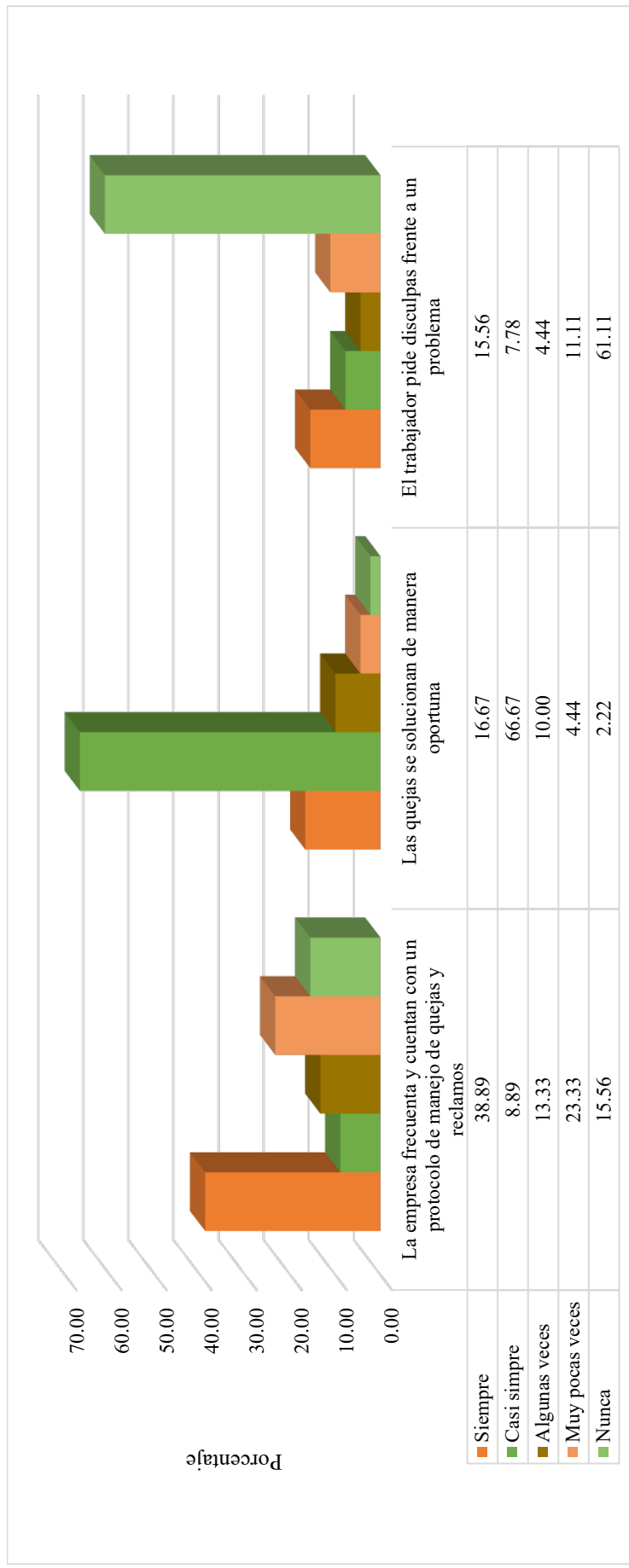
Características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Características de manejo de quejas	n	%
La empresa frecuente y cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos		
Siempre	35	38.89
Casi siempre	8	8.89
Algunas veces	12	13.33
Muy pocas veces	21	23.33
Nunca	14	15.56
Total	90	100.00
Las quejas se solucionan de manera oportuna		
Siempre	15	16.67
Casi siempre	60	66.67
Algunas veces	9	10.00
Muy pocas veces	4	4.44
Nunca	2	2.22
Total	90	100.00
El trabajador pide disculpas frente a un problema		
Siempre	14	15.56
Casi siempre	7	7.78
Algunas veces	4	4.44
Muy pocas veces	10	11.11
Nunca	55	61.11
Total	90	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Figura 3

Características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023



Nota. La figura muestra las cifras de características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Tabla 4

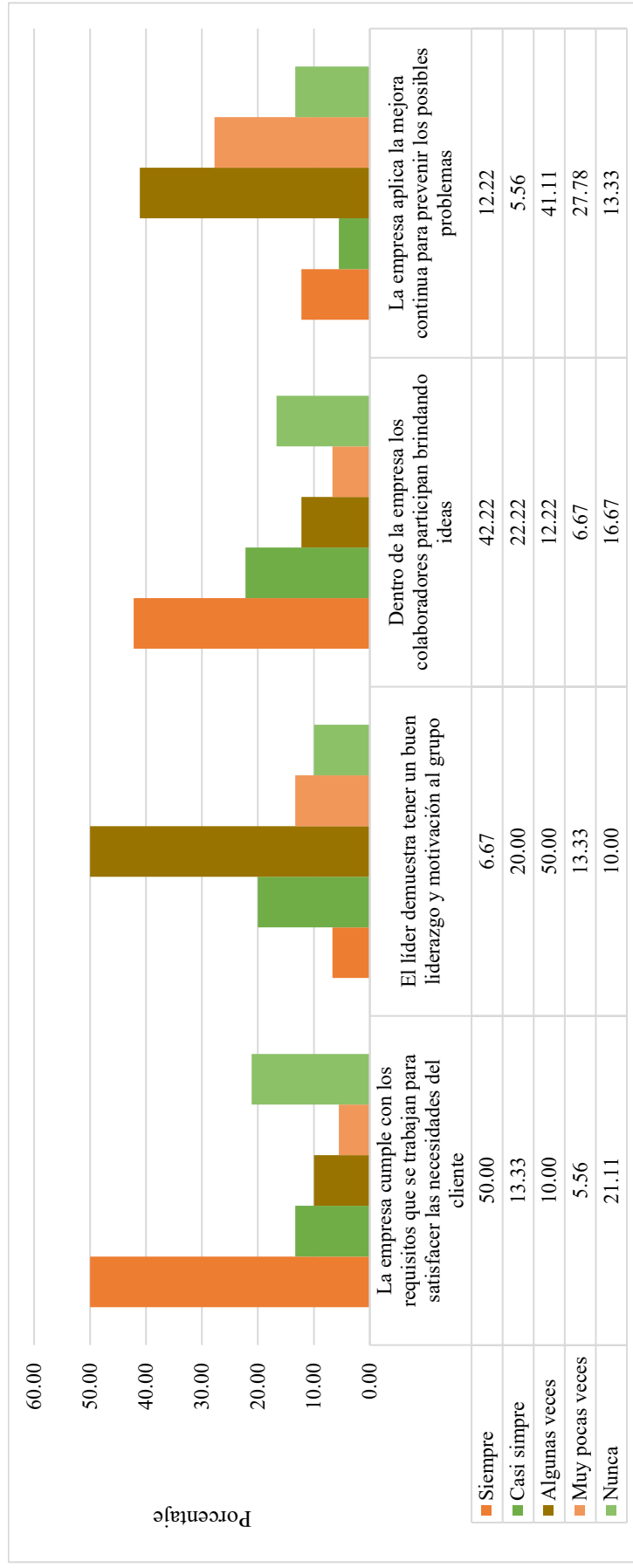
Características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Características del principio de la calidad	n	%
La empresa cumple con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades		
Siempre	45	50.00
Casi siempre	12	13.33
Algunas veces	9	10.00
Muy pocas veces	5	5.56
Nunca	19	21.11
Total	90	100.00
El líder demuestra tener un buen liderazgo y motivación al grupo		
Siempre	6	6.67
Casi siempre	18	20.00
Algunas veces	45	50.00
Muy pocas veces	12	13.33
Nunca	9	10.00
Total	90	100.00
Dentro de la empresa los colaboradores participan brindando ideas		
Siempre	38	42.22
Casi siempre	20	22.22
Algunas veces	11	12.22
Muy pocas veces	6	6.67
Nunca	15	16.67
Total	90	100.00
La empresa aplica la mejora continua para prevenir los posibles problemas		
Siempre	11	12.22
Casi siempre	5	5.56
Algunas veces	37	41.11
Muy pocas veces	25	27.78
Nunca	12	13.33
Total	90	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Figura 4

Características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023



Nota. La figura muestra las cifras de las características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Tabla 5

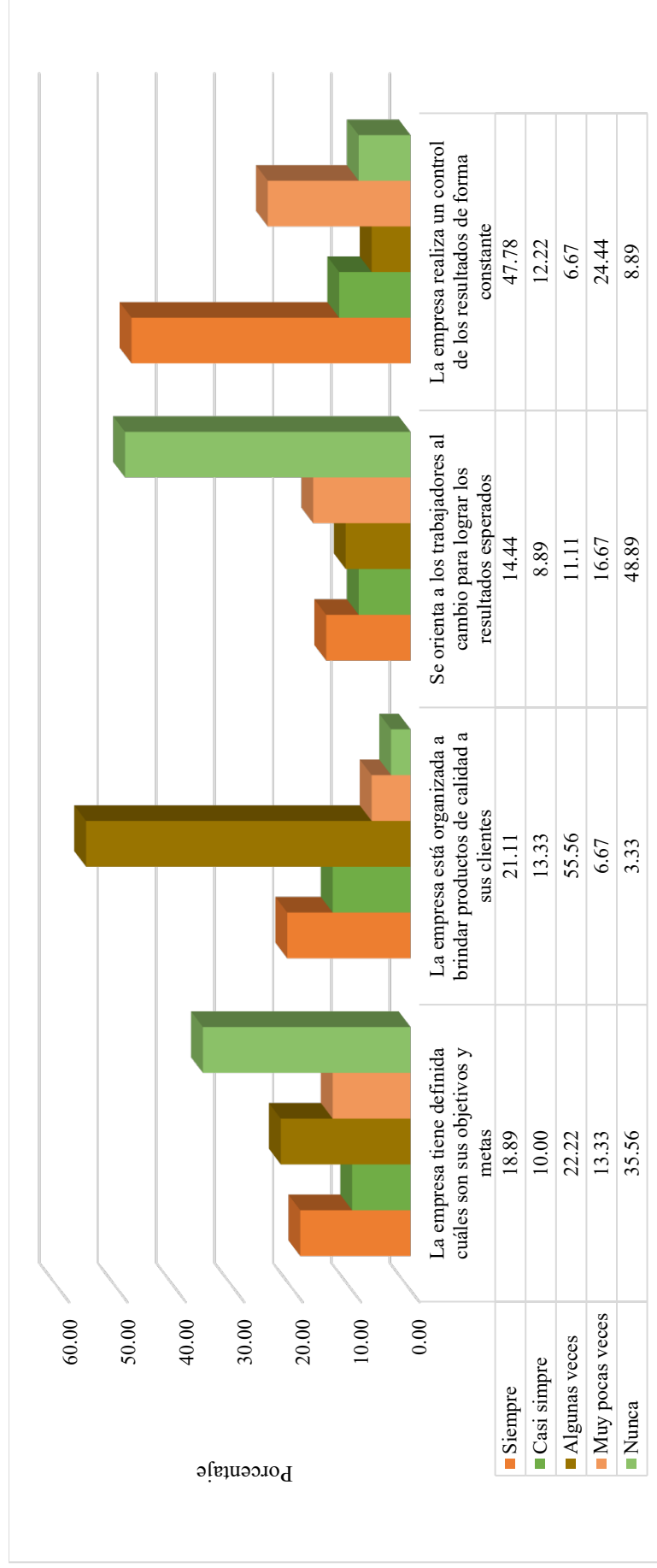
Características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Características de procesos de calidad	n	%
La empresa tiene definida cuáles son sus objetivos y metas		
Siempre	17	18.89
Casi siempre	9	10.00
Algunas veces	20	22.22
Muy pocas veces	12	13.33
Nunca	32	35.56
Total	90	100.00
La empresa está organizada a brindar productos de calidad a sus clientes		
Siempre	19	21.11
Casi siempre	12	13.33
Algunas veces	50	55.56
Muy pocas veces	6	6.67
Nunca	3	3.33
Total	90	100.00
Se orienta a los trabajadores al cambio para lograr los resultados esperados		
Siempre	13	14.44
Casi siempre	8	8.89
Algunas veces	10	11.11
Muy pocas veces	15	16.67
Nunca	44	48.89
Total	90	100.00
La empresa realiza un control de los resultados de forma constante		
Siempre	43	47.78
Casi siempre	11	12.22
Algunas veces	6	6.67
Muy pocas veces	22	24.44
Nunca	8	8.89
Total	90	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Figura 5

Características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.



Nota. La figura muestra las cifras de las características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Tabla 6

Propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Variable	Indicador	Problemas	Causas del problema	Consecuencias	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
ATENCIÓN AL CLIENTE	Trato al cliente	El 50.00% de los clientes indicaron que a veces no trata bien al cliente en cada interacción que tiene con él.	Falta de manejo administrativo por el gerente general de la empresa. Falta de compromiso por parte de los colaboradores y el dueño de la empresa en la atención al cliente	Pérdidas económicas en la empresa porque los clientes ya no están acudiendo al establecimiento Baja rentabilidad en las ventas por los clientes	Capacitar a los trabajadores de manera constante en atención al cliente. Siempre se debe buscar que los resultados alcanzados por los trabajadores generalmente son positivos.	Dueño- Gerente	S/200.00
	Niveles de satisfacción	El 37.50% de los clientes indicaron que a veces la empresa cumple con los requisitos y	Falta de manejo por parte de la dirección. Falta de conocimiento de la	Desaparición en el mercado No ser reconocida a nivel en el	Realizar de manera correcta actividades en grupo de personas. Siempre la participación en equipo de todos sus	Dueño- Gerente	S/150.00

GESTIÓN DE CALIDAD		expectativas de sus clientes.	administración moderna.	mercado del ámbito.	trabajadores deber ser favorable dentro de la empresa.	
Planes y objetivos		El 50.00% de los clientes indicaron que a veces falta de compromiso de los dependientes a la hora de prestar sus servicios al cliente	No consideran la importancia de la publicidad el responsable de la empresa. Falta de conocimiento sobre las redes sociales.	Bajas ventas La empresa nunca va ser reconocida por los productos que ofrece	Buscar o contratar a una persona que tenga conocimiento sobre temas de calidad La empresa debe implementar la calidad ya que es un objetivo para lograr en la empresa	Dueño- Gerente S/. 200.00
Responsabilidad		El 50.00% de los clientes indicaron que los colaboradores de trabajo no están cumpliendo con sus responsabilidades ni con los planes y objetivos de la empresa.	Los clientes no recurren por falta de atención de los colaboradores. Falta de capacitación por parte del responsable a sus colaboradores.	Existencia de clientes insatisfechos	Capacitar a los colaboradores en atención al cliente, trato a los usuarios en los servicios que necesiten Capacitarse en los programas representantes que brinda el estado a las Mypes o capacitarse con especialistas	Dueño- Gerente S/. 250.00

V. DISCUSIÓN

Objetivo específico 1. Describir las características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

La comunicación es oportuna en la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa: El 55.56% de los clientes indicaron que algunas veces la comunicación es oportuna en la empresa recreo campestre. Este resultado concuerda con la tesis de Romaní (2020) titulado *Caracterización de la atención al cliente y las ventas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Huanta, Ayacucho, 2018*, quien menciona que el 34.45% de los clientes indicaron que algunas veces la comunicación es oportuna en las empresa del rubro restaurante, asimismo concuerda con el estudio de Hinostraza (2021) Titulado *La atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos en el distrito de Jesús Nazareno, Ayacucho, 2018*, donde indica que el 55% de los clientes señalaron que algunas veces la comunicación es oportuno en las Mypes de restaurante económico en la cuida Ayacucho. La comunicación oportuna es un factor clave para generar confianza y respeto entre las personas. Cuando alguien se comunica constantemente de manera oportuna, demuestra su compromiso con la transparencia y el profesionalismo, por otro lado, una comunicación puede generar oportunidades perdidas, esfuerzos duplicados y demoras innecesarias. Al adoptar una comunicación oportuna, las personas pueden optimizar los procesos, maximizar la productividad y lograr mejores resultados

El personal que lo atiende reconoce sus necesidades: El 31.11% de los clientes señalaron que nunca el personal que los atiende reconoce sus necesidades de los usuarios. Coincidiendo con los estudios de Salgado (2019) Titulado *Gestión y calidad en los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta Provincia de Chimborazo, 2019*, donde menciona que el 55% de los servicios turísticos del Colta nunca los personales que atienden reconocen sus necesidades de los clientes, asimismo concuerda con la investigación de Barragán (2020) titulado *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente enazuca beach, azúcar bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora, 2020*, donde señalan que 43% de la empresa q restaurant nunca los colaboradores reconocen o están pendiente a la necesidades de los clientes. El reconocimiento es fundamental en la gestión de un liderazgo positivo, es una forma muy sencilla de agradecer a nuestros colaboradores por el trabajo diario o engrandecer alguna acción concreta. Sin embargo, en muchas ocasiones,

confundimos reconocimiento con ceremonias en las que se entregan diplomas o medallas, se dan discursos de agradecimiento y se expone públicamente al individuo.

Los trabajadores de la empresa hacen uso de sus habilidades al comunicarse con sus clientes: El 33.33% de los clientes mencionaron que algunas veces hacen uso de sus habilidades al comunicarse con los usuarios. Esta investigación concuerda con Barragán (2020) titulado *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azúcar bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora, 2020*, quien menciona que el 33% de la empresa *enazuca beach, azúcar bistro y q restaurant* que algunas veces los colaboradores realizan sus habilidades al comunicarse con los clientes, de igual manera coincide con la tesis de Salgado (2019) Titulado *Gestión y calidad en los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta Provincia de Chimborazo, 2019* quien menciona que el 55% de los servicios turísticos de Cantón Colta algunas veces sus colaboradores hacen el uso de sus habilidades al comunicarse con los consumidores. Las habilidades comunicativas de una persona se van desarrollando a lo largo de su vida. Los primeros años son sin duda los más importantes y donde más progreso existe, pero no por eso es una fase más importante que las siguientes. Aun así, hay que destacar que es imprescindible llevar a cabo una buena educación comunicativa en las edades tempranas. Si el proceso no se hace correctamente, el niño puede sufrir dificultades en las etapas posteriores.

Objetivo específico 2. Determinar las características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

Al acudir a la empresa es recibido con un trato amable: El 50.00% de los clientes mencionaron que muy pocas veces al acudir a la entidad los colaboradores reciben con un trato amable a los consumidores. Este resultado concuerda con la tesis Salgado (2019) Titulado *Gestión y calidad en los prestadores de servicios turísticos del cantón Colta Provincia de Chimborazo, 2019*, donde señala que el 88% de las empresas de servicios turísticos de Colta muy pocas veces *los colaboradores reciben con un trato amable a sus consumidores*. Pero contrasta con la tesis de Barragán (2020) titulado *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azuca beach, azúcar bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora, 2020*, quien menciona que el 65% de los encuestados a la empresa *enazuca beach, azúcar bistro y q restaurant* señalaron que siempre los colaboradores reciben con trato amable a sus usuarios cuando requieren paquetes de servicios turísticos. El servicio al cliente son

todas las acciones y esfuerzos orientados a generar una excelente experiencia para los consumidores de manera dinámica y proactiva. No concierne solo a un área de la compañía, sino que cada proceso debe estar enfocado en la satisfacción de las necesidades del cliente.

Al momento de ingresar y salir de la empresa el mesero siempre está pendiente de sus pedidos. El 50.00% de los clientes señalaron que nunca el mesero está pendiente de sus pedidos. Este resultado concuerda con la tesis de Esquivel (2021) Titulado *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote*, 2021, donde señala que el 77% de las empresas restaurantes nunca los meseros están pendientes de los pedidos que realizan los usuarios, asimismo concuerda con el estudio de Palacios (2022) Titulado *Gestión de calidad y atención al cliente en las imprentas en el distrito de Sullana Año 2019*, donde señala que el 34% de los imprentas del distrito de Sullana nunca los colaboradores están pendientes de los pedidos que hacen los clientes en los diseños de los banners. El seguimiento y fidelización de clientes es un aspecto importante para el desarrollo de cualquier negocio. A veces, con una cartera acotada de clientes fijos, una empresa puede hacer previsiones de liquidez con mucha más seguridad que con una gran cartera de clientes ocasionales. Esa es una de las razones por las que es importante desarrollar de forma correcta el seguimiento de clientes.

La empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa, satisface sus gustos y preferencias: El 50.00% de los clientes mencionaron que algunas veces satisface sus gustos y preferencias. Estos resultados coinciden con la tesis de Hinostroza (2021) Titulado *La atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos en el distrito de Jesús Nazareno, Ayacucho, 2018*, quien menciona que el 43% de los restaurantes económicos de Ayacucho algunas veces satisfacen sus gustos y preferencias de los consumidores. Pero contrasta con el estudio de Romaní (2020) Titulado *Caracterización de la atención al cliente y las ventas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Huanta, Ayacucho, 2018*, quien señaló que el 22% de los restaurantes de Huanta siempre buscan de satisfacer sus gustos y preferencias de los clientes cuando realizan pedidos. Los gustos o preferencias de cada consumidor son un factor totalmente subjetivo que afecta a su consumo. En el mundo no hay dos personas iguales, y lo que para una persona puede ser importante a la hora de tomar la decisión de consumir, para otra persona puede no significar nada. Las

preferencias en si son diversas ya que en ello influye la edad, el sexo, la cultura y demás factores, es por ello que la diversidad de productos en el mercado es representativa.

Objetivo específico 3. Determinar las características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

La empresa frecuenta y cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos: El 38.89% de los clientes mencionaron que siempre cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos. Este resultado coincide con Romaní (2020) Titulado *Caracterización de la atención al cliente y las ventas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Huanta, Ayacucho, 2018*, quien indico que el 55% de los restaurantes de Huanta siempre cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos para los clientes. Pero contrasta con la tesis de Hinostroza (2021) Titulado *La atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos en el distrito de Jesús Nazareno, Ayacucho, 2018*, quien indico que el 66% de los encuestados a los clientes indicaron que los restaurantes de Jesus Nazarreno nunca cuentan con los protocolos de manejo de quejas y reclamos para los usuarios. En la gestión de reclamaciones se trata, en definitiva, de reaccionar organizadamente a las críticas: hay que desarrollar estrategias sobre adónde llegan las reclamaciones, cómo se digiere el feedback recibido y a qué departamento o persona debe ser redireccionado. También la asignación de responsabilidades es parte de la gestión de quejas. Un feedback negativo solo puede tener efectos positivos si está claro quién debe reaccionar ante qué caso

Las quejas se solucionan de manera oportuna: El 66.67% de los clientes mencionaron que casi siempre las quejas se solucionan de manera oportuna. Este trabajo concuerda con Hinostroza (2021) Titulado *La atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos en el distrito de Jesús Nazareno, Ayacucho, 2018*, donde señala que el 44% de los encuestados del rubro restaurante mencionaron que casi siempre los colaboradores solucionan las quejas que se presentan con los clientes. Pero contrasta con la tesis de Berrocal (2019) Titulado *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, distrito San Juan Bautista, Ayacucho* quien menciona que el 66% de los usuarios de clientes mencionaron que nunca los colaboradores solucionan las quejas que se presenta en el empresa y no buscan solución. La resolución de problemas es el proceso mediante el cual encuentras una solución para un problema o conflicto específico. Existen

muchas soluciones posibles para resolver un problema, por lo que es importante aplicar un proceso de resolución de problemas que nos lleve a encontrar la mejor solución.

El trabajador pide disculpas frente a un problema: El 61.11% de los encuestados a los clientes señalaron que nunca los colaboradores piden disculpas a un problema presentado. Estos resultados coincidieron con la tesis Esquivel (2021) Titulado *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021* quien menciona que el 44% de las empresas nunca los colaboradores piden disculpas a un problema presentando por los clientes. Pero contrasta con el estudio de Palacios (2022) Titulado *Gestión de calidad y atención al cliente en las imprentas en el distrito de Sullana Año 2019*, donde señala que el 65% de las Mypes del rubro imprentas siempre sus empelados saben cómo pedir disculpas ante un problema presentando por los clientes saben solucionar de forma inmediata. Si por alguna razón te estás retrasando con una entrega, lo mejor es escribirle al cliente una carta para informarme de la situación y sepa que ya estás dando una solución inmediata. Si cuentas con una tasa de entregas destacable, no dudes en mencionarlo para que tenga en cuenta que esta situación no es algo usual en tu empresa

Objetivo específico 4. Identificar las características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

La empresa cumple con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades: El 50.00% de los clientes indicaron que siempre cumplen con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades de los usuarios. Este resultado concuerda con la tesis de Cucho (2023) titulado *Estrategias de publicidad para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro imprentas: Caso multiventas Yetmaliz, distrito Ayacucho, 2021*, quien menciona que el 55% de los clientes del rubro imprentas indicaron que siempre cumplen con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades de los clientes. De igual manera concuerda con el estudio de Palacios (2021) Titulado *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de av. Chulucanas - Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021*, donde señalo que el 44% de las Mypes del rubro restaurante siempre están cumpliendo con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades de los consumidores. El enfoque al cliente consiste en alinear la cultura, procesos y estrategias de una empresa para conseguir y mantener la satisfacción de sus clientes. Esto

implica ponerse en el lugar del cliente para entender cuáles son sus necesidades y deseos, y de esta forma, definir de qué forma se puede dar cumplimiento a sus requerimientos, ofrecerle una buena experiencia y superar sus expectativas, a fin de conseguir que quede más que contento con el producto, servicio y atención que le brindó la empresa.

El líder demuestra tener un buen liderazgo y motivación al grupo: El 50% de los encuestados a los clientes mencionaron que algunas veces el líder demuestra tener un liderazgo y motivación del grupo. Este resultado concuerda con el estudio Pincay y Parra (2020) Titulado Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras, 2020, donde señaló que el 65% de los Mypes comercializadoras indicaron que los líderes demuestran tener un buen liderazgo y motivación al grupo. Pero contrasta con el estudio Carvajal y Silva (2020) Titulado Sistemas de Gestión de la Calidad en los Servicios y su Impacto en las Ventas de la Empresa Gerizim Cia Ltda. GERIZIM CIA, 2020, quien indicó que el 55% de los clientes indicaron que las empresas de ventas que sus líderes siempre demuestran tener un liderazgo y motivación con los trabajadores. Podemos definir el concepto de liderazgo como aquella capacidad que tiene una persona para influir, organizar y motivar a otras personas. Estas acciones las llevará a cabo para involucrar a otros individuos (como podrían ser los trabajadores de una empresa) y así conseguir unos determinados objetivos en común.

Dentro de la empresa los colaboradores participan brindando ideas: El 42.22% de los clientes indicaron que siempre los colaboradores participan brindando ideas en la empresa. Este resultado concuerda con el estudio de Camarena (2022) Titulado *Calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en el área del restaurante de la Granjaheidy- Lima, 2022*, quien menciona que el 76% del rubro restaurante siempre los colaboradores son participantes para dar ideas para la empresa, asimismo concuerda con la tesis Palacios (2021) Titulado *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de av. Chulucanas - Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021*, quien menciona que el 44% de las empresas sus empleados siempre son participativos a dar ideas para las empresas. La participación de los empleados es el proceso de permitirles dar su opinión sobre las decisiones que afectan a su trabajo. Esto puede hacerse mediante reuniones de la empresa, comités, etc. Los empleados tienen más control sobre su trabajo cuando participan en la toma de decisiones. La participación de los empleados es la conexión que el equipo tiene con su trabajo y el entusiasmo que demuestra.

La empresa aplica la mejora continua para prevenir los posibles problemas: El 41:11% de los clientes mencionaron que algunas veces aplica la mejora continua para prevenir los posibles problemas. Esta tesis concuerda con la investigación de Palacios (2021) Titulado *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de av. Chulucanas - Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021*, quien señaló que el 45% de los restaurantes algunas veces aplican la mejora continua para prevenir los posibles problemas, asimismo concuerda con la tesis de Camarena (2022) Titulado *Calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en el área del restaurante de la Granjaheidy-Lima, 2022* quien indicó que el 55% de las empresas de restaurante de Lima aplican las mejoras continuas para prevenir los problemas que se presentan. La mejora continua de los procesos es una búsqueda constante e interminable para identificar oportunidades de corrección, ajustes y mejoras en los procesos de negocio, los productos y los servicios. La intención es encontrar siempre los puntos en los que el funcionamiento de la empresa tiene cuellos de botella, como fallos, errores humanos, retrasos, desperdicio de recursos, sobre los que se puede actuar.

Objetivo específico 5. Describir las características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

La empresa tiene definida cuáles son sus objetivos y metas: El 35.56% de los clientes indicaron que nunca tiene definida cuáles son sus objetivos y metas. Este resultado concuerda con Camarena (2022) Titulado *Calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en el área del restaurante de la Granjaheidy- Lima, 2022*, donde manifestó que el 65% de las empresas de restaurante de Lima nunca tienen bien definidos sus metas y objetivos, así para que los colaboradores cumplan lo planificado. Pero contrasta con la tesis de Palacios (2021) Titulado *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de av. Chulucanas - Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021*, quien mencionó que el 55% de las MYPE rubro restaurantes de av. Chulucanas, siempre tienen sus metas y objetivos para que los colaboradores cumplan, en un tiempo determinado. La planeación es la acción de elaborar estrategias que permitan alcanzar una meta ya establecida. Es una función de gestión primaria, la cual se basa en decidir de antemano que se debe hacer, cuando debe hacerse, como se debe hacer, y quién lo hará. En este proceso intelectual deben establecerse los objetivos, así como desarrollar diferentes maneras de

acción, mediante los cuales se pueden alcanzar los objetivos trazados. Se lleva a cabo con el fin de llegar a una meta con éxito

La empresa está organizada a brindar productos de calidad a sus clientes: El 55.56% de los clientes indicaron que muy pocas veces está organizada a brindar productos de calidad a sus clientes. Este resultado concuerda con la tesis de Pincay y Parra (2020) Titulado *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras, 2020*, donde manifiesta que el 23% de los clientes de la Pymes comercializadoras muy pocas veces están organizadas a brindar productos de calidad y satisfacción a los usuarios, asimismo concuerda con los estudios de Carvajal y Silva (2020) Titulado *Sistemas de Gestión de la Calidad en los Servicios y su Impacto en las Ventas de la Empresa Gerizim Cia Ltda. GERIZIM CIA, 2020*, donde manifiesta que el 66% de los clientes de los servicios y su impacto en las ventas muy pocas veces están organizada en brindar un buen producto de calidad para los clientes. Las organizaciones son estructuras administrativas y sistemas administrativos creadas para lograr metas u objetivos con apoyo de los propios seres humanos, y/o con apoyo del talento humano o de otras características similares. Son entidades sociales que permiten la asociación de personas que interactúan entre sí para contribuir mediante sus experiencias y relaciones al logro de objetivos y metas determinadas.

Se orienta a los trabajadores al cambio para lograr los resultados esperados: 48.89% de los clientes indicaron que nunca los colaboradores reciben una orientación para lograr los resultados esperados en la empresa. Este resultado concuerda con el estudio de Carvajal y Silva (2020) Titulado *Sistemas de Gestión de la Calidad en los Servicios y su Impacto en las Ventas de la Empresa Gerizim Cia Ltda. GERIZIM CIA, 2020*, quienes indicaron que el 45% de los clientes indicaron que nunca los colaboradores reciben una orientación para lograr los resultados obtenidos en la empresa. Asimismo, en su artículo el autor (Acuña, 2021) indica que la dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente, ya, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas. La dirección establece que es la indicación referida a la orientación o destino de un cuerpo en movimiento, es decir, una línea establecida entre dos puntos. Sin embargo, este concepto es mucho más amplio porque puede referirse a una serie de ámbitos que cambia su connotación.

La empresa realiza un control de los resultados de forma constante: El 47.78% de los clientes indicaron que siempre realiza un control de los resultados de forma constante. Este resultado concuerda con Pincay y Parra (2020) Titulado *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras, 2020*, quienes indicaron que el 88% de las PYMES comercializadoras siempre realizan un control de resultados de forma constante para los usuarios. Asimismo, según los autores en su teoría Camisón, Cruz, & González, (2020) indicaron que el Control es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización. Usualmente implica una comparación entre un rendimiento esperado y un rendimiento observado, para verificar si se están cumpliendo los objetivos de forma eficiente y eficaz. El control permite tomar acciones correctivas cuando sea necesario. El control es una de las principales actividades administrativas de las organizaciones. El control se relaciona con la planeación, porque el control busca que el desempeño se ajuste a los planes. El proceso administrativo, desde el punto de vista tradicional, es un proceso circular que se retroalimenta.

Objetivo 6. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

Nombre o razón social: Recreo Campestre Villa Santa Rosa

Dirección: En la ciudad de Ayacucho.

Nombre del representante: Dueño de la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa

Historia

Recreo villa santa rosa se encuentra en Ayacucho, Departamento de Ayacucho fue creada en al año 2019. Esta empresa se desempeña en la siguiente industria: Restaurantes. Netamente del lugar los ricos chicharrones, la puca picante y otros más Son platos típicos de Ayacucho

2. Misión:

Somos una empresa que se especializa en la venta de especialidades regionales de la región de Ayacucho. Cada plato que servimos tiene la mejor calidad y el mejor precio del mercado, y nos esforzamos constantemente para asegurarnos de que nuestros clientes estén contentos. Para ello, contamos con personal altamente calificado, dedicado a nuestra empresa ya brindar un excelente servicio al cliente.

3. Visión:

Ser el negocio más grande de la región Ayacucho en 2028 con los mejores platos tradicionales teniendo siempre presente los estándares de calidad, así como contar con personal capacitado para brindar un excelente servicio al cliente y superar las expectativas.

4. Objetivos empresariales

Las pequeñas y medianas empresas que operan bajo la categoría de restaurante Ayacucho son empresas privadas que brindan alimentos y bebidas a

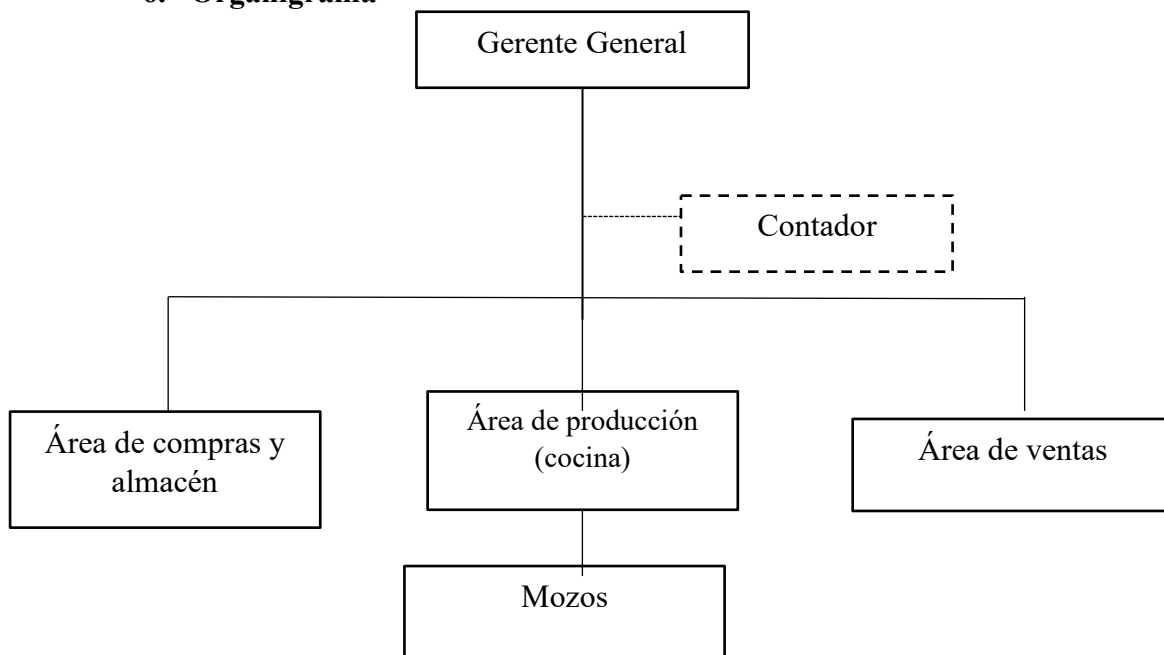
precios que satisfacen las necesidades de los clientes, y nos planteamos los siguientes objetivos comerciales:

- Aumentar las ventas en un 5% anual.
- Aumentar la participación de mercado al 5%.
- Atraer un 5% más de nuevos clientes para la empresa.
- Capacitando dos veces al mes durante un año.
- Incrementar la rentabilidad en un 4% anual.

5. Servicios

Recreo Villa Santa Rosa ofrece una variedad de platos tradicionales para satisfacer los gustos de sus comensales en la ciudad de Ayacucho ya que al hacerlo satisface sus necesidades y cumple con sus expectativas.

6. Organigrama



6.2 Descripción de funciones

Cargo	Gerente General
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Licenciado en administración ➤ Contar con estudios colegiados en administración de empresas. ➤ Contar con al menos dos años de experiencia en el rubro restaurantero.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Los personales deben ser capacitados. - Controlar todas las actividades. - Verificar los procesos administrativos. - Conocimiento de office

Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contador publico ➤ Nivel superior de educación, especialización designada en contabilidad. ➤ Conocimientos precios en contabilidad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Dar a conocer periódicamente los impuestos de la Sunat. - Llevar las cuentas por pagar de la empresa. - Conocimiento en ofimática - Dominar llevar control de inventarios - Tener experiencia en hacer estado financiero

Cargo	Área de producción (cocina)
Perfil	<p>Secundaria completa y/o técnico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia mínima de 2 años en el cargo. ➤ Capacitaciones en alguna especialidad. ➤ Capacitaciones en programa de Higiene y Saneamiento o Buenas Prácticas de Manufactura.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar el menú y la carta en coordinación con Administración. - Dirigir las actividades de sus subordinados en el área de cocina, supervisa cuidadosamente el servido y preparación de los potajes, procurando la máxima estandarización del servicio. - Realizar inventarios e informar a Administración de las necesidades diarias. - Capacitar y enseñar a sus subordinados. - Explicar, aclarar y enseñar a sus subordinados sobre las tareas a realizarse. - Supervisar la recepción y despacho de los pedidos detallados en las comandas. A veces, canta los pedidos. - Realiza las compras diarias. - Preparación de potajes especiales
Cargo	Área de venta
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar en grado de instrucción secundaria o técnico ➤ Experiencia mínimo 6 meses en el rubro de restaurantes.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Ver todos los días las ventas. - Hacer cierre de caja diario. - Entregar los informes de manera mensual

Cargo	Área de compras y almacén
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Grado de instrucción nivel Superior o técnico especialidad de marketing. ➤ Experiencia en el área de marketing moderno.
Funciones	Su función es gestionar las compras para la producción del día, realizar la rotación de los alimentos perecibles y no perecibles y por último realizar el llenado de kardex de los PEPS
Cargo	Mozos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Secundaria completa y/o técnico. <p>Experiencia mínima de 6 meses en el cargo.</p>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atender a los clientes, ofrecer la carta de potajes y bebidas y tomar el pedido. ➤ Elaboración de comandas claramente escritas y explicadas con precios y especificaciones especiales. ➤ Traslado de las comandas a la ventanilla de cocina. ➤ Traslado de los potajes y bebidas de cocina y Bar hacia las mesas. ➤ Ser curioso y estar atento a lo que los comensales puedan requerir. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vestir las mesas. ➤ Realizar el “mise en place” (colocación de los cubiertos, vajilla y cristalería en su correcto lugar y orden) ➤ Detectar a los clientes frecuentes y atenderlos con prioridad.

7. Diagnostico Empresarial

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FORTALEZAS</p> <p>F1 Brinda crea productos con adecuada presentación y buen sabor. F2 Excelente servicio al cliente. Mano de obra Nivel 3 Trabajadores experimentados. F4 cuenta con proveedores con experiencia previa en el mercado local. F5 tiene una cuenta de servicio de entrega. F6 está ubicado en una zona concurrida. Hay dos sucursales en F7. F8 contiene los precios accesibles del producto. F9 Tiene publicidad en plataformas digitales (TV, Facebook).</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>E1: Productos con precios razonables que aprovechan el aumento de la demanda y le prestan atención. (F8, O4, O2)</p> <p>E2: Por su buen gusto y adecuada presentación, así como por su mano de obra calificada y un atento servicio al cliente, tiene potencial para desarrollarse en nuevos mercados. (F1, F2, F3, O3)</p> <p>E3: Tener publicidad en plataformas digitales como radio, TV y Facebook te da la posibilidad de anunciar el menú del día. (F9, O6)</p> <p>E4: Como negocio formal, tiene la capacidad de crecer gracias a la adquisición de créditos bancarios. (O1, F7)</p> <p>E5: Utilizar el servicio de entrega para satisfacer la demanda insatisfecha. (F5, O4)</p>	<p>A1 Restricción por COVID 19.</p> <p>A2 Apertura de nuevos comedores y restaurantes con más experiencia y tecnología moderna</p> <p>A3 Aumentó el número de productos sustitutos (restaurantes, comida rápida.).</p> <p>A4 Aumentos de precios de las principales pólizas de seguros.</p> <p>A5 Vida Saludable Tendencia Pos - Covid.</p> <p>A6 La existencia de restaurantes y cafés con presencia en línea.</p> <p>A7 Inspecciones municipales.</p> <p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>E1: Debido a que es un negocio legítimo, tiene la opción de comprar su propio local. (O1, D3)</p> <p>E2: Debido al aumento de la demanda, el producto tiene la oportunidad de ser variado y distinguido. (D1, O2)</p> <p>E3: La implementación del uso de tecnología (pago con tarjeta de crédito y sitio web) en general tiene el potencial de crecer a nuevos mercados. (O3, D5, D6)</p> <p>E4: Al recibir capacitación del gobierno, las empresas pueden brindar información sobre el uso de materiales biodegradables y, de igual manera, la adopción de nuevas tecnologías. (O5, D2, D4, D6)</p> <p>E5: La empresa tiene que empezar a usar un sitio web para anunciar fechas específicas. (D6, O6)</p>

	<p>E6: Hacer uso de la ayuda del gobierno para mejorar e implementar nuevas estrategias comerciales. (O1, O5, F7)</p> <p>E7: Celebración amena en el día del pollo a la brasa debido a la buena atención al cliente. (F2, O6)</p>	
<p>DEBILIDADES</p> <p>D1 Fomentar la diferenciación y la diversificación.</p> <p>D2 carece de materiales biodegradables para la prestación de su servicio.</p> <p>D3 Alquiler de locales</p> <p>D4 Falta de innovación en el área debido al retorno de la atención actual.</p> <p>D5 Sin cuenta de tecnología (pago con tarjeta de crédito).</p> <p>D6 Sin cuenta con un sitio web.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>E1: Implementación del servicio de entrega como resultado de las restricciones de COVID-19. (F5, A1)</p> <p>E2: Por su céntrica ubicación en Huaraz, recibe frecuentes inspecciones municipales y por lo tanto debe tomar precauciones para garantizar su bioseguridad. (F6, A7)</p> <p>E3: Como medida preventiva ante un potencial aumento en el costo del seguro, la empresa debe estandarizar los precios del producto. (F8, A4)</p> <p>E4: Crear nuevos canales de marketing para promocionar agresivamente los productos en el mercado porque las empresas de la misma industria están posicionadas en dichos canales. (A6, F9)</p> <p>E5: Al utilizar el servicio de entrega, corre el riesgo de aumentar el precio de los productos sustitutos como los restaurantes. (F5, A3)</p> <p>E6: Al brindar una presentación adecuada y tener un buen sabor, se minimiza el consumo de productos sustitutos. (F1, A3)</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>E1: Para competir con encuestadores de mayor experiencia, equipamiento tecnológico y posicionamiento digital, se deben implementar nuevas tecnologías de pago, así como crear un sitio web. (A2, A6, D5, D6)</p> <p>E2: Desarrollo de nuevos productos que permitan a la empresa destacarse de la competencia existente y emergente en la industria y contrarrestar las ventas infladas de productos de la competencia. (D1, A2, A3)</p> <p>E3: Debido a la preferencia generalizada por un estilo de vida saludable (pos-covid) y la compatibilidad del entorno en el lugar del tratamiento con el escorzo adecuado, será necesario incluir regímenes más saludables en la lista de recomendaciones. (D4, A5)</p>

8. Indicadores de Gestión.

Indicadores	Problema	Causa	Consecuencia
Trato al cliente	El 50.00% de los clientes indicaron que a veces no trata bien al cliente en cada interacción que tiene con él.	Falta de manejo administrativo por el gerente general de la empresa. Falta de compromiso por parte de los colaboradores y el dueño de la empresa en la atención al cliente	Pérdidas económicas en la empresa porque los clientes ya no están acudiendo al establecimiento Baja rentabilidad en las ventas por los clientes
Niveles de satisfacción	El 37.50% de los clientes indicaron que a veces la empresa cumple con los requisitos y expectativas de sus clientes.	Falta de manejo por parte de la dirección. Falta de conocimiento de la administración moderna.	Desaparición en el mercado No ser reconocida a nivel en el mercado del ámbito.
Planes y objetivos	El 50.00% de los clientes indicaron que a veces falta de compromiso de los dependientes a la hora de prestar sus servicios al cliente	No consideran la importancia de la publicidad el responsable de la empresa. Falta de conocimiento sobre las redes sociales.	Bajas ventas La empresa nunca va ser reconocida por los productos que ofrece
Responsabilidad	El 50.00% de los clientes indicaron que los colaboradores de trabajo no están cumpliendo con sus responsabilidades ni con los planes y objetivos de la empresa.	Los clientes no recurren por falta de atención de los colaboradores. Falta de capacitación por parte del responsable a sus colaboradores.	Muy rara vez el propietario de la empresa informa a sus empleados sobre Existencia de clientes insatisfechos Existencia de clientes insatisfechos

7. Problemas

Problemas	Surgimiento del problema
El 50.00% de los clientes indicaron que a veces no trata bien al cliente en cada interacción que tiene con él.	Falta de manejo administrativo por el gerente general de la empresa. Falta de manejo administrativo por el gerente general de la empresa.
El 37.50% de los clientes indicaron que a veces la empresa cumple con los requisitos y expectativas de sus clientes.	Falta de manejo por parte de la dirección. Falta de conocimiento de la administración moderna.
El 50.00% de los clientes indicaron que a veces falta de compromiso de los dependientes a la hora de prestar sus servicios al cliente	No consideran la importancia de la publicidad el responsable de la empresa. Falta de conocimiento sobre las redes sociales. Falta de conocimiento sobre las redes sociales.
El 50.00% de los clientes indicaron que los colaboradores de trabajo no están cumpliendo con sus responsabilidades ni con los planes y objetivos de la empresa.	Los clientes no recurren por falta de atención de los colaboradores. Falta de capacitación por parte del responsable a sus colaboradores.

8. Establecer soluciones

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
Trato al cliente	El 50.00% de los clientes indicaron que a veces no trata bien al cliente en cada interacción que tiene con él.	<p>Capacitar a los trabajadores de manera constantemente en atención al cliente.</p> <p>Siempre se debe buscar que los resultados alcanzados por los trabajadores generalmente son positivos.</p>
Niveles de satisfacción	El 37.50% de los clientes indicaron que a veces la empresa cumple con los requisitos y expectativas de sus clientes.	<p>Realizar de manera correcta actividades en grupo de personas.</p> <p>Siempre la participación en equipo de todos sus trabajadores deber ser favorable dentro de la empresa.</p>
Planes y objetivos.	El 50.00% de los clientes indicaron que a veces falta de compromiso de los dependientes a la hora de prestar sus servicios al cliente.	<p>Buscar o contratar a una persona que tenga conocimiento sobre temas de calidad</p> <p>La empresa debe implementar la calidad ya que es un objetivo para lograr en la empresa</p>
Responsabilidad	El 50.00% de los clientes indicaron que los colaboradores de trabajo no están cumpliendo con sus responsabilidades ni con los planes y objetivos de la empresa.	<p>Capacitar a los colaboradores en atención al cliente, trato a los usuarios en los servicios que necesiten</p> <p>Capacitarse en programas los representantes que brinda el estado a las Mypes o capacitarse con especialistas</p>

9. Recursos de implementación de estrategias

Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
<p>Capacitar a los trabajadores de manera constantemente en atención al cliente.</p> <p>Siempre se debe buscar que los resultados alcanzados por los trabajadores generalmente son positivos.</p>	El representante de la empresa y el área de recursos humanos.	500 soles	Laptop web hojas lapicero.	6 meses
<p>Realizar de manera correcta actividades en grupo de personas.</p> <p>Siempre la participación en equipo de todos sus trabajadores deber ser favorable dentro de la empresa.</p>	El gerente y administrador.	300 soles	Laptop web hojas bond lapiceros Internet.	2 meses
<p>Buscar o contratar a una persona que tenga conocimiento sobre temas de calidad</p> <p>La empresa debe implementar la calidad ya que es un objetivo para lograr en la empresa</p>	Gerencia.	300 soles	Laptop web hoja, multimedia y tiempo	8 meses
<p>Capacitar a los colaboradores en atención al cliente, trato a los usuarios en los servicios que necesiten</p> <p>Capacitarse en programas los representantes que brinda el estado a las Mypes o capacitarse con especialistas</p>	Especialista o el administrador	200 soles	Materiales, equipo y tiempo.	6 meses

VI. CONCLUSIONES

Se estableció una propuesta de mejora de la gestión de la calidad y atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, en este sentido dicha propuesta se realizó porque no un buen trato al cliente, los niveles de satisfacción a usuarios, incumplimiento de planes y objetivos de los colaboradores y no hay buena responsabilidad de los empleados para atender a los clientes ya que satisfacer las necesidades de los consumidores es importante y estar pendiente a los pedidos que realizan de cada plato de la carta.

Los clientes indicaron que algunas veces la comunicación es oportuna en la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa, algunas veces los colaboradores de la empresa hacen uso de sus habilidades al comunicarse con los clientes, nunca los personales que lo atienden reconocen sus necesidades de los clientes, ya que es importante tener comunicación con los clientes y que este bien hábiles al comunicarse con los consumidores, así también estar pendientes sus pedidos y satisfaciendo sus necesidades.

Los clientes indicaron que muy pocas veces al acudir a la empresa son recibidos con un trato amable por los colaboradores, nunca al momento de ingresar y salir a la empresa los meseros no están pendiente de los pedidos están bien distraídos en sus celulares, algunas veces la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa, satisface los gustos y preferencias de los consumidores. Lo clientes observaron que los colaboradores no están tan pendientes de los clientes cuando ingresan o entran a consumir los típicos platos de la empresa, deben manejar las redes sociales publicando haciendo promociones de los platos y menús.

Los clientes indicaron que casi siempre las quejas se solucionan de manera oportuna en la empresa, nunca los colaboradores piden disculpas frente a un problema que se presente con los clientes, siempre la empresa frecuenta y cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos para los clientes, los colaboradores necesitan capacitación trabajar en equipo, así satisfaciendo las necesidades de los usuarios cuando entran a consumir los platos típicos ya que es importante el trato y comunicación con los clientes.

Los clientes indicaron que siempre la empresa cumple con los requisitos que trabajan para satisfacer las necesidades de los clientes, algunas veces el líder demuestra tener un buen liderazgo y motivación al grupo de trabajo de la empresa, siempre dentro de la empresa los colaboradores participan brindando ideas sobre los platos típicos, así mejorar la calidad de

los productos ante las competencias y buscas estrategias para generar mas ingreso a la empresa.

Los clientes indicaron que algunas veces la empresa esta organizada a brindar productos de calidad a sus clientes, nunca se orienta a los trabajadores al cambio para lograr los resultados esperados como metas objetivos, siempre la empresa realiza un control de los resultados de forma constante para los clientes, nunca la empresa tiene definida cuales son sus metas y objetivos, es por ello que los colaboradores andan muy distraído en su puestos de trabajos no se enfocan como debe ser, es por eso que existe una queja ante los clientes.

La elaboración de una propuesta de mejora, en base a los resultados obtenidos en la investigación se elaboró la propuesta de mejora con la finalidad de resolver los problemas encontrados, asimismo brindarle herramientas, acciones y estrategias para que puedan mejorar la iniciativa, técnicas y recomendaciones para que brinden una buena atención a sus clientes y así eviten el rezago en el crecimiento empresarial que en un mundo en constante crecimiento competitivo es importante sobresalir en el entorno.

VII. RECOMENDACIONES

Implementar un organigrama en las micro y pequeñas empresas dado que es un sistema de organización que representa la estructura jerárquica y funcional de una empresa. y realizar auditorías administrativas en las microempresas debido a que se considera como la técnica en revisar, supervisar, evaluar la gestión de una empresa.

Motivar a los trabajadores a través de incentivos y reconocimientos con la finalidad de que se identifiquen con la empresa de esta forma brindar un servicio de atención al cliente de calidad, asimismo realizar procesos de reclutamiento y selección de personal en las micro y pequeñas empresas permitirá contratar personal idóneo para cada puesto de trabajo, evitando contratar personal que no reúne el perfil requerido en el puesto.

Implementar un software de gestión de ventas e inventarios en las micro y pequeñas empresas dado que permitirá ubicar y entregar con mayor rapidez los productos que solicitan los clientes. también realizar un programador de redes sociales en el recreo ya que es una herramienta de gestión que permite tener presencia constante en las redes sociales.

Implantar una capacitación para el gerente que está a cargo de la atención directa con el cliente, los cual garantice que la atención que se brindará será satisfactoria, rápida y de calidad, buscando tener los mejores resultados para la empresa, tanto en lo contable como en una atención de calidad, permitiéndole atraer nuevos clientes, con trabajadores tolerantes y con garantía.

Brindar siempre una buena atención al cliente, implementando herramientas que ayude a ofrecer un servicio de calidad, como la confianza con el cliente, la retroalimentación y la comunicación, esto permitirá a la empresa tener clientes files y mas satisfechos con la atención brindada.

Implementar el plan de mejora de la investigación, debido a que se realizó con los resultados obtenidos para buscar o dar solución a los problemas de la pequeña empresa dedicadas al sector servicio, rubro restaurantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Álvarez , A., & García, J. (2021). Comunicacion empresarial y atencion al cliente. Barcelona : Editex.
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2019). Gestión de la calidad:Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid: Pearson.
- González , Ó. (2020). Sistema de gestión de calidad, Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015. (E. Ediciones, Ed.) España.
- Griful , E. (2020). Gestión de la calidad. (S. Edicions de la UPC, Ed.) España.
- Acuña, E. (2021). Emprendimiento y resiliencia: caso de los restaurantes. 1-17. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/des/v13n1/2415-0959-des-13-01-e0007.pdf>
- Aldana, K. (2019). Sistemas de Gestión de la Calidad en los Servicios y su Impacto en las Ventas de la Empresa Gerizim Cia Ltda. Piura: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe>
- Arenal, C. (2020). Calidad y servicio de aproximación en el pequeño comercio.
- Babadita , C. (2019). Investigación cuantitativa. Bogota: Areandino. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326424046.pdf>
- Barragán, S. (2020). Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11384>
- Berrocal, E. (2019). Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2019. Ayacucho: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/21602>
- Cabello, S. (2019). Importancia de la micro y pequeñas empresas en el Desarrollo del país. Perú: lex.
- Calderón , P. (2021). Manejo adecuado de la atención al cliente para lograr satisfacción y fidelidad. Universidad Peruana los Andes.

- Camarena, S. (2022). Calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en el área del restaurante de la Granjaheidy- Lima. Lima: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12802/10075>
- Carrasco , F. (2019). Atención al cliente en el proceso comercial. (S. Ediciones Paraninfo, Ed.) Mexico.
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2017). Administración de la calidad total. Nulan. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf
- Carvajal, R., & Silva , V. (2020). Sistema de gestión de calidad en los servicios y su incidencia en las ventas de la compañía Gerizim Cia Ltda. de la ciudad de Ambato. Ambato – Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/1049>
- Chariguamán, D. (2019). El servicio al cliente en la imagen corporativa de la compañía de transporte escolar COTRANSEPTUR de la ciudad de Puyo: periodo 2017 (tesis de grado). Chimborazo: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4357/1/UNACH-EC--FCP-ING-COM-2017-0043.pdf>
- Cruz, M. (2019). Importancia de la calidad del servicio al cliente . Mexico: ITSON. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Cucho, Z. (2023). Estrategias de publicidad para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro imprentas: Caso multiventas Yetmaliz, distrito Ayacucho, 2021. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13032/31675>
- De Olivares, V., & D'Aquino, M. (2020). Proyectos y Metodologías de la Investigación. Buenos Aires: Editorial Maipue.
- Debitoor.es. (2020). Definición de empresa. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definición-empresa>
- Del Águila, P. (2019). Gestión bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector servicios, rubro impresión digital, distrito de Callería, año 2018 (tesis de

- grado). Pucallpa: Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8904/gestion_de_calidad_atencion_al_cliente_mype_impresion_digital_del_aguila_picon_leyla_akemi.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- EAS invent the future. (17 de Mayo de 2021). El impacto de COVID-19 en la industria textil según la encuesta ITMF. Obtenido de <https://www.escarre.com/es/impacto-covid-19-industria-textil>
- Esquivel, K. (2021). Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes en la avenida agraria del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Chimbote: Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/26367>
- García, F., García, P., & Gil, M. (2020). Técnicas de atención al cliente (2ª Ed.). Madrid, España: Editorial Paraninfo.
- Gutiérrez, G. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>
- Hinostroza, M. (2018). La atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos en el distrito de Jesús Nazareno, Ayacucho, 2018. Ayacucho: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/23055>
- Huancas, S. (2019). Estrategias de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en el chifa Jazmín. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/33768>
- Lizarzaburu, E. (2020). La Gestión de la Calidad en Perú: Un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. Universidad & Empresa, 36.
- López, D. (2020). Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <https://core.ac.uk/display/486910277?source=2>

- Lopez, S. (2020). Atención al cliente, consumidor y usuario. España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Mares, C. (2019). Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en el Perú, 1-20. Obtenido de http://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/4711/Mares_Carla.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Mateos de Pablo , M. (2019). Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO. Mexico: IC Editorial.
- Mora, C. (2019). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. 1-18. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Moreno, J. (2021). Pymes en Colombia: qué son, cuántas hay y. 1-10.
- Moya, C. (2020). Gestión de la calidad, implantación del sistema y procesos. España .
- Novillo Maldonado, E. F., Lopez Franco, M. L., Parra Ochoa, E. B., & Ramon Ramon, D. I. (2017). Gestión de calidad. Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Ormaza, M., & Guerrero, M. (2021). Gestión de calidad y crecimiento empresarial: Análisis bibliométrico. Universidad del Zulia. Revista Genezonlona de Gerencia. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890389>
- Palacios, J. (2021). Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de av. Chulucanas - Circunvalación, Veintiséis de Octubre, 2021. Chulucanas: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/28443>
- Palomino, M. (2019). Atención al cliente. PARANINFO.
- Palomo, M. (2020). Atención al cliente. (S. Ediciones Paraninfo, Ed.) España.
- Pincay, Y. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539747>

- Ramirez, J. (15 de Febrero de 2020). Informe Zendesk de tendencias de la experiencia del cliente 2020. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/zendesk-customer-experience-trends-report-2020/>
- Redacción Perú21. (Mayo de 2018). Restaurantes de comida peruana crecieron 2.67% en lo que va del año. Obtenido de Perú21: <https://peru21.pe/>
- Renata , C. (2020). Atención al cliente, Guía práctica de técnicas y estrategias. (I. Editorial, Ed.) España .
- Romaní, S. (2018). Caracterización de la atención al cliente y las ventas en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Huanta, Ayacucho, 2018. Ayacucho: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/20230>
- Rovetto, C. (2020). Metodología de la Investigación. Panamá: Universidad Tecnológica de Panamá.
- Salgado , G. (2019). Gestión y calidad en los prestadores de servicios turísticos del cantón colta provincia de Chimborazo. Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5439>
- Salvador. (2020). Calidad de servicio: el camino hacia la fidelidad del consumidor. Universidad de Almería . España : Editorial.
- SUNAT. (Abril de 2020). Régimen MYPE Tributario - RMT. Obtenido de Emprender: <http://emprender.sunat.gob.pe/>
- Tello, S. (2017). Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. Lima: Universidad Alas Peruanas. Obtenido de <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/623>
- Torres , C. (2023). Gestión de la atención al cliente/consumidor. COMT0110. España : IC Editorial.
- Zapata, G. (12 de Febrero de 2021). Servicio al cliente. Obtenido de https://www.academia.edu/39557877/servicio_al_cliente_introducci%C3%93N

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de Consistencia

Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023

Formulario del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>Variable 1: Atención al cliente ¿Cuáles son las características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p> <p>¿Cuáles son las características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p> <p>¿Cuáles son las características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p> <p>Variable 2: Gestión de calidad ¿Cuáles son las características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p> <p>¿Cuáles son las características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p> <p>¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p>	<p>Objetivo General: Establecer una propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Variable 1: Atención al cliente -Describir las características de comunicación asertiva en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023</p> <p>Determinar las características de atención personalizada en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023</p> <p>Determinar las características de manejo de quejas en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023</p> <p>Variable 2: Gestión de calidad Identificar las características del principio de la calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023</p> <p>-Describir las características de procesos de calidad en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023</p> <p>Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2023</p>	<p>La presente investigación no cuenta con una hipótesis; debido a que, es de nivel descriptivo; por lo tanto, busca especificar las diferentes características, propiedades y los perfiles de los representantes, comunidades, grupos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis; es por ello que, la hipótesis en esta investigación no es fundamental y necesaria porque solamente se basa en mencionar las características del planteamiento del problema de investigación. (Hernández y Mendoza, 2018)</p>	<p>Variable 1: Atención al cliente</p> <p>Dimensiones - Comunicación asertiva - Atención personalizada - Manejo de quejas</p> <p>Variable 2: Gestión de calidad</p> <p>Dimensiones - Principio de la calidad. - Procesos de calidad</p>	<p>Tipo de investigación: Cuantitativa.</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo- de propuesta</p> <p>Diseño de la investigación: No experimental- transversal</p> <p>Población Clientes de la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.</p> <p>Muestra 80 clientes por conveniencia</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento Cuestionario</p>

Anexo 02. Instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para la investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023; para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted nos pueda proporcionar, la misma que será estrictamente confidencial.

I. Con respecto a las variables trabajo en gestión de calidad y la atención al cliente

Para evaluar la variable, marcar con una “X” en el casillero de su preferencia del ítems correspondiente, utilice la siguiente escala:

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

Nº	Pregunta	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: ATENCIÓN AL CLIENTE						
D1: Comunicación asertiva (Comunicación oportuna, Reconocimiento de necesidades, Habilidad comunicativa)						
1	¿Considera que la comunicación es oportuna en la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa?					
2	¿Usted considera que el personal que lo atiende reconoce sus necesidades?					
3	¿Sabe usted si los trabajadores de las pizzerías hacen uso de sus habilidades al comunicarse con sus clientes?					
D2: Atención personalizada (Trato amable, Seguimiento al cliente, Gustos y preferencias)						
4	¿Usted al acudir a la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa es recibido con un trato amable?					
5	¿Al momento de ingresar y salir de la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa el mesero siempre está pendiente de sus pedidos?					

6	¿Usted considera que la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa, satisface sus gustos y preferencias?					
D3: Manejo de quejas (Protocolo de manejo quejas y reclamos, Solución inmediata, Disculparse con los clientes)						
7	¿Sabe usted que la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa que frecuenta cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos?					
8	¿Considera que las quejas se solucionan de manera oportuna?					
9	¿Considera que el trabajador pide disculpas frente a un problema?					
VARIABLE 2: GESTIÓN DE CALIDAD						
D1: Principio de la calidad (Enfoque al cliente, Liderazgo, Participación al personal, Mejora continua)						
10	¿La empresa cumple con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades del cliente?					
11	¿El líder demuestra tener un buen liderazgo y motivación al grupo?					
12	¿Dentro de la empresa los colaboradores participan brindando ideas para una buena venta de productos?					
13	¿La empresa aplica la mejora continua para prevenir los posibles problemas con los clientes?					
D3: Procesos de calidad (Planeación, Organización, Dirección, Control)						
14	¿La empresa tiene definida cuáles son sus objetivos y metas?					
15	¿Considera que la empresa está organizada a brindar productos de calidad a sus clientes?					
16	¿Se orienta a los trabajadores al cambio para lograr los resultados esperados?					
17	¿La empresa realiza un control de los resultados de forma constante?					

Muchas gracias

Anexo 3. Validez del instrumento



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Miguel Ángel Limo Vásquez

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: BERROCAL TELLO, FRANKLIN EDISON estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbo, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de variables
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,

Firma de estudiante

DNI N° 70271336

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Miguel Ángel Limo Vásquez

N° DNI / CE: 18215927

Edad: 45 años

Teléfono / celular: 949853330

Email: mlimov@uladech.edu.pe

Título profesional: Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría _____

Doctorado: _____

Especialidad: Administración

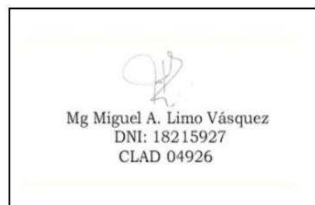
Institución que labora: ULADECH

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023

Autor(es): BERROCAL TELLO, FRANKLIN EDISON

Programa académico: Administración



Firma del Experto



Huella digital del experto

Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*									
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023									
Variable 1: ATENCIÓN AL CLIENTE									
		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones	
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple		
	Dimensión 1: Comunicación asertiva	X		X		X			
1	¿Considera que la comunicación es oportuna en la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa?	X		X		X			
2	¿Usted considera que el personal que lo atiende reconoce sus necesidades?	X		X		X			
3	¿Sabe usted si los trabajadores de las pizzerías hacen uso de sus habilidades al comunicarse con sus clientes?	X		X		X			
	Dimensión 2: Atención personalizada								
1	¿Usted al acudir a la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa es recibido con un trato amable?	X		X		X			
2	¿Al momento de ingresar y salir de la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa el mesero siempre está pendiente de sus pedidos?	X		X		X			
3	¿Usted considera que la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa, satisface sus gustos y preferencias?	X		X		X			
	Dimensión 3: Manejo de quejas								
1	¿Sabe usted que la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa que frecuenta cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos?	X		X		X			
2	¿Considera que las quejas se solucionan de manera oportuna?	X		X		X			
3	¿Considera que el trabajador pide disculpas frente a un problema?	X		X		X			
	Variable 2: GESTIÓN DE CALIDAD								
	Dimensión 1: Principio de la calidad								
1	¿La empresa cumple con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades del cliente?	X		X		X			



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Robert Rubio Castillo

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: BERROCAL TELLO, FRANKLIN EDISON estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023
y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de variables
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted. Atentamente,

Firma de estudiante
DNI N° 70271336

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Robert Rubio Castillo

N° DNI / CE:33888279 Edad: 52 años

Teléfono / celular: 985964848 Email: robert.rubio.castillo@gmail.com

Título profesional: Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría X Doctorado:

Especialidad: Magister en Administración

Institución que labora: Essalud

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023

Autor(es): BERROCAL TELLO, FRANKLIN EDISON

Programa académico: ADMINISTRACIÓN



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

Firma



Huella digital

Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*									
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023									
Variable 1: ATENCIÓN AL CLIENTE									
	Relevancia	Pertinencia		Claridad		Observaciones			
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple				
	Dimensión 1: Comunicación asertiva	X							
1	¿Considera que la comunicación es oportuna en la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa?	X		X					
2	¿Usted considera que el personal que lo atiende reconoce sus necesidades?	X		X					
3	¿Sabe usted si los trabajadores de las pizzerías hacen uso de sus habilidades al comunicarse con sus clientes?	X		X					
	Dimensión 2: Atención personalizada								
1	¿Usted al acudir a la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa es recibido con un trato amable?	X		X					
2	¿Al momento de ingresar y salir de la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa el mesero siempre está pendiente de sus pedidos?	X		X					
3	¿Usted considera que la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa, satisface sus gustos y preferencias?	X		X					
	Dimensión 3. Manejo de quejas								
1	¿Sabe usted que la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa que frecuenta cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos?	X		X					
2	¿Considera que las quejas se solucionan de manera oportuna?	X		X					
3	¿Considera que el trabajador pide disculpas frente a un problema?	X		X					
	Variable 2: GESTIÓN DE CALIDAD								
	Dimensión 1: Principio de la calidad								
1	¿La empresa cumple con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades del cliente?	X		X					

2	¿El líder demuestra tener un buen liderazgo y motivación al grupo?	X			X	
3	¿Dentro de la empresa los colaboradores participan brindando ideas para una buena gestión de productos?	X			X	
4	¿La empresa aplica la mejora continua para prevenir los posibles problemas con los clientes?	X			X	
	Dimensión 2: Procesos de calidad					
1	¿La empresa tiene definida cuáles son sus objetivos y metas?	X			X	
2	¿Considera que la empresa está organizada a brindar productos de calidad a sus clientes?	X			X	
3	¿Se orienta a los trabajadores al cambio para lograr los resultados esperados?	X			X	
4	¿La empresa realiza un control de los resultados de forma constante?	X			X	

*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (X) No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Robert Rubio Castillo DNI 33888279


Mg. ROBERT RUBIO CASTILLO
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 CUCAD Nº 01308

Firma del experto





Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Judith Berrocal Chillce

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: BERROCAL TELLO, FRANKLIN EDISON estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de consistencia
- Matriz de operacionalización de variables
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,

Firma de estudiante

DNI N° 7024836

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Judith Berrocal Chillico
N° DNI / CE: 40015584 Edad: 45
Teléfono / celular: 968554689 Email: Judith.Berrocal@unsch.edu.pe

Título profesional: Licenciada en administración de Empresas
Grado académico: Maestría Doctorado:
Especialidad: Gestión Pública
Institución que labora: Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:
PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023

Autor(es):
BERROCAL TELLO, FRANKLIN EDISON

Programa académico:
ADMINISTRACIÓN


Firma del Experto
CIAD 4050



Huella digital del experto

Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*									
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023									
Variable 1: ATENCIÓN AL CLIENTE									
	Dimension 1: Comunicación asertiva	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones	
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple		
1	¿Considera que la comunicación es oportuna en la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa?	X		X		X			
2	¿Usted considera que el personal que lo atiende reconoce sus necesidades?	X		X		X			
3	¿Sabe usted si los trabajadores de las pizzerías hacen uso de sus habilidades al comunicarse con sus clientes?	X		X		X			
	Dimension 2: Atención personalizada								
1	¿Usted al acudir a la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa es recibido con un trato amable?	X		X		X			
2	¿Al momento de ingresar y salir de la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa el mesero siempre está pendiente de sus pedidos?	X		X		X			
3	¿Usted considera que la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa, satisface sus gustos y preferencias?	X		X		X			
	Dimension 3: Manejo de quejas								
1	¿Sabe usted que la empresa Recreo Campestre Villa Santa Rosa que frecuenta cuentan con un protocolo de manejo de quejas y reclamos?	X		X		X			
2	¿Considera que las quejas se solucionan de manera oportuna?	X		X		X			
3	¿Considera que el trabajador pide disculpas frente a un problema?	X		X		X			
	Variable 2: GESTION DE CALIDAD								
	Dimension 1: Principio de la calidad								
1	¿La empresa cumple con los requisitos que se trabajan para satisfacer las necesidades del cliente?	X		X		X			

Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023**, y es dirigido por Berrocal Tello, Franklin Edison investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer una propuesta de mejora de la gestión de calidad y la atención al cliente en la pequeña empresa recreo campestre Villa Santa Rosa, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023, 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 repositorio Uladech. Si desea, también podrá escribir al correo a fberrocaltello@gmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

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

Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información



VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
COORDINACIÓN DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Chimbote 23 de noviembre 2023

CARTA N° 0070-2023-2023-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

Lic. RAMIREZ JAMA, JUANA

RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA- AYACUCHO

Presente:

A través del presente, reciba el cordial saludo en nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, a la vez solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE CALIDAD Y LA ATENCION AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2022 que involucra la recolección de información/datos en LOS TRABAJADORES, a cargo del investigador Franklin Edison Berrocal Tello, con DNI N° 70271336, cuyo asesor es el/la docente ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad, y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad, para reiterarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.

Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación



www.uladech.edu.pe/

Email: rectorado1@uladech.edu.pe / Telf: (043) 343444
Jr. Tumbes N° 247 - Centro Comercial y Financiera - Chimbote, Perú

Anexo 07. Evidencias de ejecución (declaración jurada, base de datos)

DECLARACIÓN JURADA

Yo, FRANKLINEDISON BERROCAL TELLO, identificado con DNI 70271336, con domicilio, Av. Santa Rosa Mz P1-Lt-02, Distrito San Juan Bautista, Provincia, Huamanga Departamento Ayacucho,


DECLARO BAJO JURAMENTO,

En mi condición de (estudiante/bachiller) Bachiller con código de estudiante 3111152018 de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencia e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-2:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA PEQUEÑA EMPRESA RECREO CAMPESTRE VILLA SANTA ROSA, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Ayacucho, 19 de Diciembre de 2023



Firma del estudiante/bachiller

DNI 70271336



Huella Digital